

Conservas de Peixe

REVISTA MENSAL



ETP

ANO VI
1951

N.º 66
SETEMBRO

algarve exportador l.^{da}

SIÈGE À LISBONNE

FABRICANTES DA MARCA

NICE

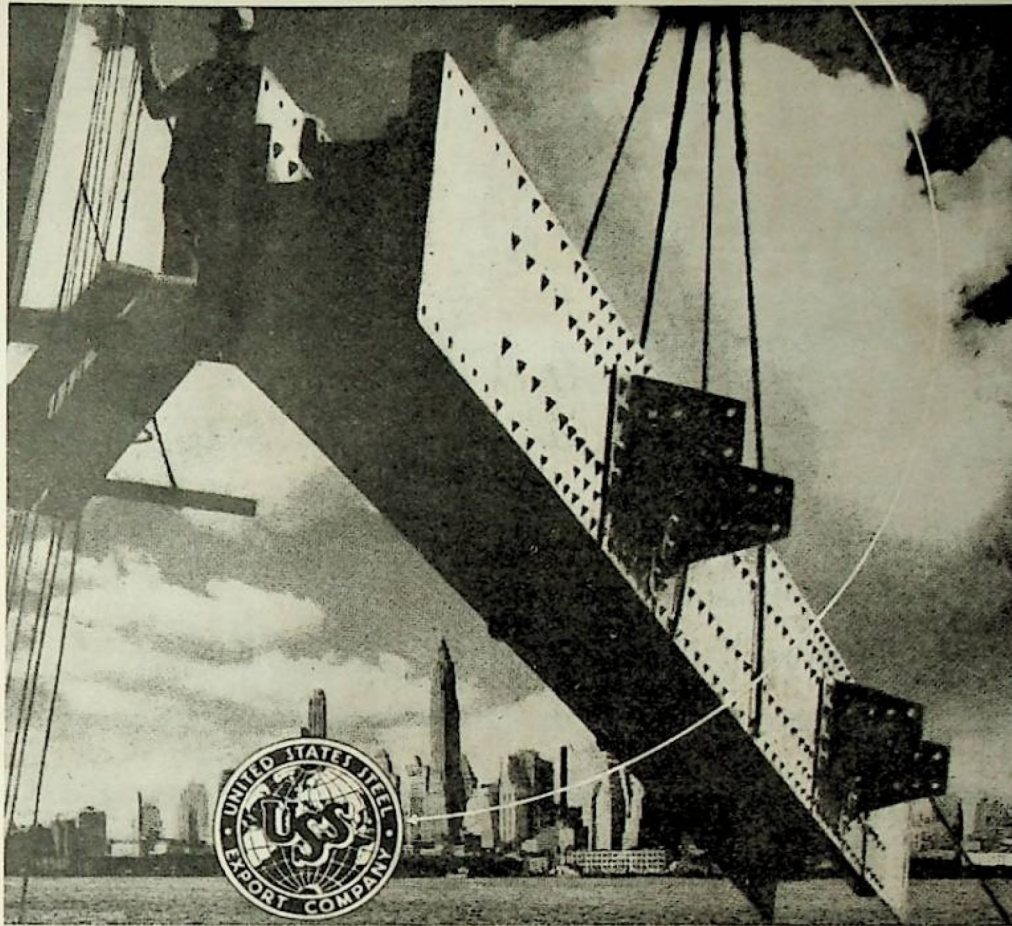


CONSERVAS DE PEIXE • ARMADORES DE PESCA

LISBOA • SETUBAL • LAGOS • PENICHE • NAZARE MATOSINHOS

192

29 SET. 1951



O AÇO construirá o mundo de amanhã

NAS CIDADES DO FUTURO usufruiremos novas invenções, novos conjuntos, produtos novos e novos tipos de arquitetura. Muitas dessas coisas novas serão feitas de aços U.S.S. melhorados, resultantes das pesquisas aceleradas pela guerra — aços mais eficientes do que quaisquer dos que se conhecia antes da guerra. Onde quer

que V. Ex.^a viva, os aços U.S.S. para todos os fins estarão ao seu dispor por meio das facilidades mundiais da United States Steel Export Company, que é a via exportadora dos maiores fabricantes de aço no mundo inteiro — a UNITED STATES STEEL.

UNITED STATES STEEL EXPORT COMPANY
★ ★ 30 CHURCH STREET, NEW YORK 8, U. S. A. ★ ★

FORNECEMOS AO MUNDO aços superiores do maior fabricante de aço do mundo

Distribuidores gerais em Portugal:

Mendes & Anjos, L.^{da}

Agência em Lisboa:

*R. Rosa Araújo, 66 * Telef. 30985*

OLHÃO-ALGARVE
Telef. 313

TELEPHONES
MANSION HOUSE 2205-6-7
TELEGRAMS
AFFABLE LONDON

H & T. Walker Ltd
FUNDADA EM 1876

37, EASTCHEAP
LONDON, E. C. 3

IMPORTAÇÃO:

Conservas de sardinhas e outros peixes
Conservas de frutos e legumes
Frutos secos e todos os diferentes produtos alimentícios

EXPORTAÇÃO:

Todas as espécies de produtos Britânicos
Matérias primas e máquinas para fábricas

RICHARD D. DUDLEY & CO. LIMITED

IMPORTADORES E AGENTES

TELEFONE:
MANSION HOUSE 6221-2

41, EASTCHEAP
LONDON, E. C. 3.

TELEGRAMAS:
GOODWILL, LONDON

IMPORTADORES E DISTRIBUIDORES DIRECTOS AOS ARMAZENISTAS
EM TODA A INGLATERRA

ESPECIALIDADES

CONSERVAS DE SARDINHA E OUTROS PEIXES

●
CONSERVAS DE FRUTOS E LEGUMES

●
AZEITE DE OLIVEIRA

●
FRUTOS SECOS — ALFARROBA — PIMENTÃO

VINHO DO PORTO — BRANDY



VICTOR M. CALDERÓN Co.

ENDEREÇO TELEGRÁFICO
DE LABARCA

FUNDADA EM
1923

CASA CENTRAL
99, HUDSON STREET
NEW YORK 13, N. Y.

SUCURSAIS

CHICAGO, ILL.

SAN FRANCISCO, CAL.

Marcas Registradas:

*PALACIO DE ORIENTE, ALBATROS,
ANTONIO ALONSO, HIJOS, LA CORRIDA,
LION D' ARGENT*



CONSERVAS ANTONIO ALONSO, LIMITADA

SETÚBAL (PORTUGAL)

TELEFONE 2.057
TELEGRAMAS SANTONIO
APARTADO 62

FABRICA em SETÚBAL --- FABRICAS em ESPANHA

SARDINES PORTUGAISES
SARDINAS EN ACEITE PURO DE OLIVA

ALBATROS BRAND

ESTABELECIDADA EM 1882

Strohmeyer & Arpe Company

I M P O R T A D O R E S
Distribuindo através de todos os
E S T A D O S U N I D O S

139-141 FRANKLIN STREET
N E W - Y O R K , N . Y .
Endereço telegráfico: «RYRABATE»

Adolf Dircks & Co.

A casa mais antiga e especializada na **ALEMANHA**



Em Conservas de Peixe Portuguesas

Estabelecida em 1888



Endereço: **HAMBURGO 11, Neuer Wandrahm 1**
Endereço telegráfico **ALHAMBRA, Hamburgo**

ACIL

Agência Comercial e Industrial, Lda.

IMPORT. — EXPORT.
COMISSÕES E CONSIGNAÇÕES

PRAÇA DA RIBEIRA NOVA, 6-2.º
LISBOA - PORTUGAL

TELEF. 27677 — TELEG. ACILDA

Importadores e Distribuidores de Matérias Primas para a Indústria de Conservas, Óleo de Mendobi e Azeite de Oliveira, Folha de Flandres, Inglesa e Americana, Arames, Arcos para Caixas, etc.

ARMAZÉNS EM:
MATOSINHOS-SETÚBAL
PORTIMÃO-OLHÃO

Nogueira Limitada

REPRESENTANTES DE :

COMPAGNIE POUR LA FABRICATION DES COMPTEURS — *Montrouge (Seine), França.* Fabricantes de: contadores para água, gás e electricidade. Aparelhos de medida para usos industriais e de laboratório.

ATELIERS DE CONSTRUCTIONS ELECTRIQUES DE CHARLEROI — *Charleroi, Bélgica.* Fabricantes de Dinamos — Alternadores — Transformadores — Computadores — Motores eléctricos — Aparelhagem eléctrica para todas as tensões e potências — Cabos eléctricos de todos os tipos.

S. A. ESCHER WYSS — *Zurich, Suíça.* Fabricantes de: Turbinas hidráulicas e de vapor — Máquinas frigoríficas — Compressores — Caldeiras — Toda a mecânica de precisão.

DAVUM EXPORTATION — *Paris, França.* Ferro redondo para cimento armado — Barramento de

ferro — Chaparia — Vigas I e Ferros U — Arames de ferro — Ferro de fundição — Arcos de ferro — Aços especiais para todos os fins — Carris de ferro — Estacas pranchas (Palplanches) — Folha de Flandres — Vigas "Grey".

COMPTOIR FRANCO BELGE D'EXPORTATION DE TUBES D'ACIER — *Paris, França.* Tubos de ferro para água, gás e vapor — Tubo de aço para caldeiras — Tubo de aço para sondagens — Tubos de aço para móveis, bicicletas, electricidade e canalizações eléctricas.

USINOR — *Valénciennes (Nord), França.* Aros de aço para rodas de vagões e locomotivas — Eixos de rodas — Perfis para caixilharia metálica.

S. A. DES FORGES — USINES & FONDERIES DE HAINE ST. PIERRE — *Haine Saint Pierre, Bélgica.* Todo o material ferroviário — Vagões e Locomotivas

LISBOA

Rua dos Douradores, 107, 1.º

Telef. PBX 21381-21382

PORTO

Rua do Almada, 134 e 136

Telef. 7107

Porque não ataca o estanho nem o chumbo...

Maalrit's

...é o mais eficiente le também o mais económico) desengordorante de grelhas

Fabricado por

Powell & Scholefield Ltd.

(Est. 1879) LIVERPOOL — INGLATERRA

Representado por

Soc. Com «Alsoni» Lda.

LISBOA

When you are looking for quality buy

GABRIEL



SARDINES in olive oil

Plain

Boneless

Boneless & Skinless

FILETS OF ANCHOVIES

in jars - in tins



RAMIREZ & C.ª, LDA.
LISBON (Portugal)

Victor M. Calderon Co. Inc.
89, Hudson Street - NEW YORK

SARDINHA DO ALGARVE

L I M I T A D A

**FABRICANTES E
EXPORTADORES****CONSERVAS DE PEIXE**
em azeite e em salmoiraFabricações especiais em
azeite na marca **MARGARET**
Sardinhas sem espinha
Sardinha sem pele nem espinha
FILETES DE ANCHOVAS

Endereço Telegráfico: «Sardinha» / Telefone 25

OLHÃO — PORTUGAL**BIEN TRADING COMPANY, INC.**105 HUDSON STREET
End. Telegráfico: BIENCODAR
NEW YORK, N. Y.

*Importadores e distribuidores em todos os Estados
Unidos dos mais finos produtos alimentares*

**ANCHOVAS — ATUM — SARDINHAS
— GÊNEROS ALIMENTÍCIOS****MARIE ELISABETH****A MARCA AFAMADA DAS CONSERVAS
DE SARDINHAS PORTUGUESAS****EM AZEITE E TOMATE****COM ESPINHA****SEM ESPINHA****SEM PELE E SEM ESPINHA****E DE FILETES DE ANCHOVAS****QUALIDADE EXCELENTE****JÚDICE FIALHO & C.^A
FARO**

ANO VI
N.º 66



Conservas de Peixe

SETEMBRO
1951

REVISTA MENSAL

Director: JOSÉ ANTÓNIO FERREIRA BARBOSA

Editor e Proprietário: J. AGOSTINHO FERNANDES

Composição e impressão: SOCIEDADE ASTÓRIA, LDA. — Regueirão dos Anjos, 68 — LISBOA

REDAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO:

Av. Marquês de Tomar, 14-3.º-Tel. 53138-LISBOA

Sumário

A propaganda das nossas Conservas de Sardinha na América do Norte; Produção e Exportação; Production and Exportation; Um sonho? Ou talvez não...; O Mundo da Pesca e da Conserva; Pedidos de Representação; O 110.º Aniversário da morte de Nicolas Appert; Mercados (E. U. A. e Alemanha); Matérias Primas; Pesca da Sardinha.

A PROPAGANDA DAS NOSSAS CONSERVAS DE SARDINHA NA AMÉRICA DO NORTE

A teia emaranhada das restrições impostas à importação pelos países normalmente consumidores, tem enleado os movimentos à nossa exportação de conservas de tal forma que ameaça imobilizá-la se não se fizer alguma coisa ao nosso alcance para a desvenencilhar de tão incómoda como perigosa situação.

A parte mais importante desta tarefa compete, sem dúvida, à nossa diplomacia com a realização de acordos comerciais que destruam os fios dessa teia que envolvem os mercados como rede de arame farpado e que abram o caminho ao livre trânsito das mercadorias.

Mas, a par desta actuação de carácter diplomático, uma outra não menos importante, de carácter técnico, terá que ser posta em prática com o fim de se diligenciar alargar a exportação das nossas conservas, sobretudo de sardinha, para os mercados onde não hajam peixes à importação e que sejam susceptíveis de uma maior absorção, visto não ser fácil, presentemente, criarem-se novos mercados para compensar os que se perderam ou se retraíram.

O mercado que pelas suas características especiais, elevado número populacional, grande capacidade de compra, plena liberdade à importação, moeda altamente valorizada, onde o consumo das nossas conservas de sardinha é relativamente insignificante e, portanto, satisfaz cabalmente aqueles requisitos, é o dos Estados Unidos da América do Norte.

Está, portanto, naturalmente indicado que devemos desde já orientar os nossos esforços no sentido de aproveitar as possibilidades que o vasto e rico mercado americano nos oferece para a expansão das nossas deliciosas

conservas de sardinha que ali ocupam uma posição de inferioridade em relação a outros produtos similares de qualidade baixa.

Ora na América do Norte só há um processo para atrair a atenção do público e fazer criar nele o interesse por um artigo que se deseja introduzir, sistema esse de tal forma difundido e enraizado na vida americana que bem o poderemos chamar nacional, e que é a propaganda.

Há uns dez anos, quando ali estivemos naquele progressivo País em estudo do seu mercado, gastavam-se cerca de 40 milhões de contos anualmente em propaganda. Os anunciantes de produtos alimentícios dispendiam nessa altura cerca de 1 milhão e duzentos mil contos e os armazéns múltiplos (chain stores) cerca de 500 mil contos. A propaganda tem naquele País um poder verdadeiramente mágico a que podemos chamar o «abrete Sésamo» do mercado americano. A vastidão do seu território, a enormidade da sua população, a sua vida e os seus hábitos de compra, tornam indispensável o emprego do reclamo para levar ao conhecimento do consumidor a existência de um produto. O dinamismo da vida americana, de que a mulher participa em grande escala, não permite às donas de casa perderem muito tempo a idealizar as suas refeições ou a confeccioná-las. Toma nota, logo de manhã, das sugestões que lhe são feitas para a ementa do dia, nos programas da rádio ou nas páginas dos jornais dedicadas às donas de casa, em que só aparecem os produtos que estão a ser propagandeados, faz a lista dos artigos que precisa, em que entra uma boa parte de conservas, e telefonu para o seu merceeiro para que lhos tragam.

Se acontece ir pessoalmente à loja fazer a sua escolha, ali só encontra expostos nas prateleiras os produtos que estão a ser reclamados e que são os que têm maior procura. Num ou noutro caso, portanto, a dona de casa americana não entra em contacto com as conservas de sardinha portuguesa e assim se justifica o seu desconhecimento da sua existência e a nossa reduzida exportação. Em 1932, só sob o impulso da qualidade excelsa das nossas conservas de sardinha, conseguimos atingir a exportação record de 200.000 caixas. Depois dessa data a média fixou-se à roda de 150.000 caixas, mas desde há cinco anos que assistimos a um declínio contínuo, baixando para 100.000 caixas e descendo em 1949 para 60.000 caixas. Nesta altura já muito avançada do ano, a nossa exportação para os E. U. A. é de cerca de 50.000 caixas pertencentes ao stock do ano passado porque dos fabricos da actual safra não consta que tenham havido transações.

Verifica-se aqui o princípio de que um produto que na América do Norte não seja apoiado por uma propaganda conveniente, vê a sua venda diminuir até atingir proporções insignificantes e desaparecer do mercado. A concorrência tanto nacional como estrangeira reconhece esta verdade, e lança-se confiadamente na propaganda das suas conservas. As conservas de atum eram quase desconhecidas há uns trinta anos e em 1950, graças a uma propaganda persistente e criteriosa dos industriais da Califórnia, o seu consumo atingiu 10 milhões de caixas. A indústria das conservas de arenque do Maine, apesar de ter uma distribuição de cerca de 3 milhões de caixas no mercado nacional, iniciou uma campanha dos seus produtos para que cada industrial contribui com 25 cents. por cada caixa que fabrique.

O objetivo desta campanha é, sobretudo, manter pelo contacto contínuo com o consumidor, a paridade da produção e do consumo, porque a propaganda não tem só por fim alargar a venda num mercado mas também evitar a introdução de outras indústrias concorrentes. A indústria norueguesa que em anos normais exporta cerca de 800 mil caixas de brisling e sild para os E. U. A., continua presentemente com a campanha de propaganda que anos antes da guerra já ali efectuava em larga escala. E a indústria marroquina, pelo que consta, está-se organizando comercialmente no mercado norte-americano e vai dar início à propaganda das suas sardinhas.

Desde 1938, data em que o I. P. C. P. enviou aos E. U. A. o seu delegado para o estudo do mercado, que todos os relatórios são concordantes na necessidade de se fazer ali uma campanha de propaganda, continuada durante alguns anos com intensidade, como único meio de levar o conhecimento das nossas conservas de sardinha a todo o país e obter-se a sua maior expansão. Em 1948 quando ali foi o actual Director do I. P. C. P. com o mesmo antigo delegado, julgou-se que a ideia ia ter imediata execução, porque o projecto da campanha foi aprovado pelo Conselho Geral e o Organismo possuía então os fundos necessários para tal empreendimento.

Porém, a autorização superior que era indispensável obter para o Instituto poder dispendir aqueles fundos, não foi dada até hoje. É verdade que também não foi ainda recusada.

O problema subsiste hoje com aspecto muito mais grave porque, desde então o mercado americano tem vindo gradualmente a desinteressar-se pelas nossas conservas de sardinha que acabarão por cair no completo esquecimento por parte do consumidor. A tendência do comércio distribuidor americano é para a standardização isto é, a eliminação de todos os produtos que o consumo não pede, e é o que está acontecendo com as conservas portuguesas. Temos que nos aliar com o consumidor para forçar o grossista a aprovisionar o retalhista, seu cliente, com as sardinhas portuguesas que aquele pedirá ao seu merceeiro.

Para isso é necessário que o consumidor oiça e veja as conservas de sardinha portuguesa reclamadas na rádio, nos jornais, etc., a sugestioná-lo, continuamente, para a sua compra. O único meio a empregar para tal conseguir na América, é, repetimos, a propaganda.

Mas — devemos desde já declará-lo com a maior energia — fazer a propaganda sem haver igualmente uma ordem comercial na nossa exportação, será contraproducente, porque iremos alargar numa escala muito maior a confusão, o mal estar e os prejuízos que hoje existem no mercado norte-americano na venda das nossas conservas.

Mas isto será assunto para outro artigo.



Mariolinde Sporting

**LOYAUTE
MATHILDE
LEVANT
Regil
CROIX
D'OR
Somar**

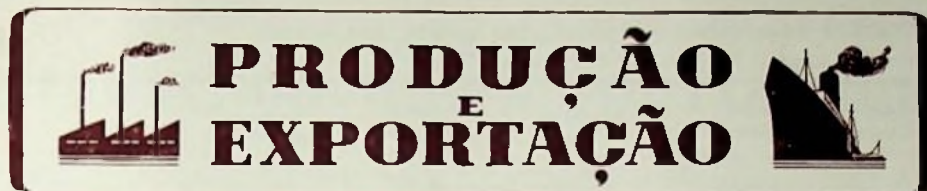
are some of the well known brands of
sont quelques unes des marques bien connues de

MARQUES NEVES & C^A, L^{DA}

packers of all kinds of preserved fish
fabricants de toutes sortes de conserves de
poisson

SETÚBAL
Telegraphic adress
Adresse télégraphique
MARNE

MATOZINHOS
Telegraphic adress
Adresse télégraphique
SOMAR



Situação no mês de Agosto

PRODUÇÃO

Azeites ou molhos

A produção de conservas de peixe, em molhos, durante o mês de Agosto, foi de 2.513.271 quilos (133.353 caixas), distribuídas pelas seguintes espécies: Sardinha, 1.532.044 quilos (82.934 caixas); carapau, 10.181 quilos (609 caixas); cavala, 744.771 quilos (33.213 caixas); atum e similares, 78.828 quilos (3.155 caixas); filetes de anchova, 111.383 quilos (11.712 caixas), e outras espécies, 36.054 quilos (1.680 caixas).

Olhão foi o primeiro centro produtor com 724.869 quilos (28,3 %) seguido de Portimão com 612.887 quilos (24,3 %) e de Matosinhos com 546.040 quilos (21,7 %).

Em relação às espécies, Matosinhos foi o maior produtor de sardinha (520.592 quilos); Olhão, de carapau (10.124 quilos), de cavala (361.967 quilos), e de atum (37.447 quilos); V. R. de Santo António, de filetes de anchova (40.302 quilos) e Setúbal, de outras espécies (23.786 quilos). Esta produção foi superior à de Julho em 45.547 caixas e inferior à de Agosto do ano passado em 229.388 caixas.

Salmoura

A produção de conservas em Salmoura no mês de Agosto, foi de 1.004.670 quilos, nas seguintes espécies: sardinha, 55.989 quilos; biqueirão, 627.679 quilos; carapau, 4.410 quilos e cavala, 316.532 quilos.

Matosinhos, fabricou 22.274 quilos de sardinha, 145.626 quilos de biqueirão, 4.410 quilos de carapau e 2.497 quilos de cavala; Lisboa, 60 quilos de atum; Lagos, 500 quilos de sardinha, 85.922 quilos de biquei-

rão e 89.220 quilos de cavala; Portimão, 213 quilos de sardinha, 75.081 quilos de biqueirão e 38.555 quilos de cavala; Olhão, 21.560 quilos de sardinha, 278.155 quilos de biqueirão e 134.916 quilos de cavala; V. R. Santo António, 11.442 quilos de sardinha, 42.895 quilos de biqueirão e 51.344 quilos de cavala.

Produziram-se mais 933.225 quilos do que em Julho e mais 293.370 quilos do que em Agosto de 1950.

EXPORTAÇÃO

Por Centros

Azeites ou molhos

A exportação de conservas azeites em molhos, em Agosto, foi de 1.041.832 quilos (68.732 caixas) no valor de 21.416.237\$90, distribuídos pelas seguintes espécies: sardinha, 707.714 quilos (38.951 caixas) no valor de 12.491.152\$10; carapau, 26.391 quilos (1.389 caixas) no valor de 353.639\$40; cavala, 36.801 quilos (1.793 caixas) no valor de 563.055\$30; atum e similares, 101.307 quilos (3.611 caixas) no valor de 2.492.152\$20; filetes de anchova, 134.026 quilos (20.375 caixas) no valor de 4.711.013\$90; lulas e choccos, 26.828 quilos (2.079 caixas) no valor de 603.630\$00 e outras espécies, 8.765 quilos (534 caixas) no valor de 201.595\$00.

Matosinhos é o primeiro Centro exportador com 350.346 quilos (20.139 caixas) ou 33,6 %; Olhão, o segundo, com 186.998 quilos (17.920 caixas) ou 18 % e Setúbal o terceiro, com 159.699 quilos (10.000 caixas) ou 15,3 %.

Esta exportação foi superior à de Julho em 77.892 quilos e inferior à de Agosto do último ano em 1.820.601 quilos.

Salmoura

A exportação de conservas em salmoura, em Agosto, foi de 49.086 quilos no valor de 674.442\$50, dos quais 40.466 quilos de atum, 5.403 quilos de sardinha, 3.017 quilos de cavala e 200 quilos de outras espécies.

Exportaram-se mais 48.636 quilos do que em julho e menos 163.232 quilos do que em Agosto de 1950.

Açores foi o principal centro exportador com 40.170 quilos.

Congelados

A exportação de congelados foi de 47.253 quilos no valor de 659.905\$60 nas seguintes espécies: sardinha 22.120 quilos; polvo, 11.353 quilos; lulas, 5.473 quilos; carapau, 2.733 quilos; pescada, 2.186 quilos; salmoneete, 1.045 quilos; pescadinha, 835 quilos; enguia, 610 quilos; dourada, 250 quilos; linguado, 240 quilos; e diversos 408 quilos.

Exportaram-se mais 10.947 quilos do que em Julho e menos 10.753 quilos do que em Agosto de 1950.

O principal país importador foram os E. U. A. com 15.354 quilos.

Por Países

Azeites ou molhos

Os três principais países importadores no mês de Agosto, foram: E. U. A. com 149.825 quilos (14,3 %); Itália com 106.530 quilos (10,2 %) e África Ocidental Britânica com 91.379 quilos (0,8 %).

Em relação às espécies, o México foi o maior comprador de sardinha (89.752 quilos); a África Ocidental Britânica, de carapau (19.399 quilos); a Bélgica, de cavala (17.201 quilos); a Itália, de atum e similares (58.699 quilos); os E. U. A. de filetes de anchova (87.331 quilos); Cuba, de lulas e choccos (21.083 quilos) e o Brasil, de outras espécies (2.643 quilos).

Salmoura

O principal país importador foi a Itália com 40.170 quilos de atum.

Produção, por centros, de conservas de azeite ou mólhos, em quilos, em Agosto de 1951
August Canned Fish Pack (in kilos)

	Sardinha <i>Sardine</i>	Carapau <i>Chincharid</i>	Cavala <i>Mackerel</i>	Atum e similares <i>Tuna</i>	Anchovas <i>Anchovies</i>	Outras Espécies <i>Other species</i>	Totais <i>Total</i>
Matosinhos	520.592	-	1.420	1.897	18.787	3.344	546.040
Peniche	7.686	-	8.683	-	-	-	16.369
Lisboa	-	-	-	10.998	1.978	3.577	16.553
Setúbal	167.026	57	24.672	10.437	1.918	23.786	227.896
Lagos	121.075	-	11.519	-	4.974	3.078	140.646
Portimão	426.297	-	181.164	-	5.426	-	612.887
Olhão	275.225	10.124	361.967	37.447	37.998	2.108	724.869
V. R. de Santo António ...	14.143	-	155.346	18.049	40.302	171	228.011
Quilos	1.532.044	10.181	744.771	78.828	111.383	36.064	2.513.271
Caixas	82.984	609	33.213	3.155	11.712	1.680	133.353

Exportação, por centros, de conservas de azeite ou mólhos, e quilos, no mês de Agosto de 1951
August Canned Fish Export (By Centers)

	Sardinha <i>Sardine</i>	Carapau <i>Chin- chard</i>	Cavala <i>Mackerel</i>	Atum e Similares <i>Tuna</i>	Anchovas <i>Anchovies</i>	Lulas e Chocos <i>Cuttle Fish and Squids</i>	Outras especies <i>Other species</i>	Totais	
								Caixas <i>Cases</i>	Quilos <i>Kilos</i>
Açores	-	-	-	31.883	-	-	-	878	31.883
Matosinhos	315.548	6.308	1.356	10.399	13.178	252	3.305	20.139	350.346
Lisboa	50.176	16.055	114	14.081	14.484	3.534	4.997	6.522	103.441
Setúbal	108.281	3.858	8.493	2.767	13.278	23.042	-	10.000	159.699
Lagos	5.244	-	-	-	-	-	-	276	5.244
Portimão	85.200	-	8.735	5.700	20.941	-	-	8.231	120.576
Olhão	114.186	190	18.103	4.945	49.111	-	463	17.920	186.998
V. R. Santo António.	29.079	-	-	31.532	23.304	-	-	4.766	83.645
	707.714	26.391	36.801	101.307	134.026	26.828	8.765	68.732	1.041.832

Sociedade **ASTÓRIA** Limitada

ARTES GRÁFICAS

REGUEIRÃO DOS ANJOS, 68—TELEF. 43258 LISBOA

Production and Exportation

Situation during the month of August

PRODUCTION

Oil or sauce

The production of fish preserves in sauce during the month of August was of 2.513.271 kilos (133.353 cases) distributed for the following kinds: Sardines, 1.532.044 kilos (82.984 cases); Chinchards, 10.181 kilos (609 cases); Mackerel, 744.771 kilos (33.213 cases); Tunny and the like, 78.828 kilos (3.155 cases); Filets of Anchovies, 111.383 kilos (11.712 cases), other kinds, 36.064 kilos (1.680 cases).

Olhão was the first packing center with 724.869 kilos (28 %), Portimão comes next with 612.887 kilos (24.3 %) and finally Matosinhos as third with 546.040 kilos (21.7 %).

As regards kinds, Matosinhos was the largest packing center of Sardines (520.592 kilos); Olhão of Chinchards (10.124 kilos), of Mackerel (361.967 kilos) and of Tunny (37.447 kilos; Vila Real de Santo António of Filets of Anchovies (40.302 kilos), and Setúbal of other kinds (23.786 kilos).

As compared to the production during the month of July, this production was higher by 45.547 cases, and lower by 229.388 cases to the one in August of last year.

Brine

The production of preserves in brine during the month of August was of 1.004.670 for the following kinds: Sardines, 55.989 kilos; Biqueirão, 627.679 kilos; Chinchards, 4.410 and Mackerel, 316.532 kilos.

Matosinhos packed 22.274 kilos of Sardines, 145.626 kilos of Biqueirão, 4.410 kilos of Chinchards and 2.497 kilos of Mackerel; Lisbon, 60 kilos of Tunny; Lagos, 500 kilos of Sardines, 85.922 kilos of Biqueirão and 89.220 kilos of Mackerel; Portimão, 213 kilos of Sardines,

75.081 kilos of Biqueirão and 38.555 kilos of Mackerel; Olhão 21.560 kilos of Sardines, 278.155 kilos of Biqueirão and 134.916 kilos of Mackerel; V. R. de Santo António, 11.442 kilos of Sardines, 42.895 kilos of Biqueirão and 51.344 kilos of Mackerel.

There were packed 933.225 kilos more than in July and 293.370 kilos more than in August of 1950.

EXPORT

By Centers

Oil or sauce

The total export of preserves in oil or sauce during the month of August was of 1.041.832 kilos (68.732 cases) amounting to 21.416.237\$90, distributed for the following kinds: Sardines, 707.714 kilos (38.951 cases) amounting to 12.491.152\$10; Chinchards, 26.391 kilos (1.389 cases) amounting to 353.639\$40; Mackerel, 36.801 kilos (1.793 cases) amounting to 563.055\$30; Tunny and the like, 101.307 kilos (3.611 cases) amounting to 2.492.152\$20; Filets of Anchovies, 134.026 kilos (20.375 cases) amounting to 4.711.013\$90; Calamaries and Cuttlefish, 26.828 kilos (2.079 cases) amounting to 603.630\$00, and other kinds, 8.765 kilos (534 cases) amounting to 201.595\$00.

Matosinhos is the main exporting center with 358.346 kilos (20.139 cases) or 33.6 %; Olhão, takes the second place with 186.998 kilos (17.920 cases) or 18 %, and Setúbal is in third place with 159.699 kilos (10.000 cases) or 15,3 %.

This export was higher as compared to the one in July by 77.892 kilos and lower as compared to the one in August of last year by 1.820.601 kilos.

Brine

The export of preserves in brine during the month of August was of

49.086 kilos amounting to 674.442\$50, of which 40.466 kilos of Tunny, 5.403 kilos of Sardines, 3.017 kilos of Mackerel and 200 kilos or other kinds.

There were exported 43.636 kilos more than in July and 163.232 less than in August of 1950.

The Azores were the main exporting center with 40.170 kilos.

Frozen

The export of Frozen was of 47.253 kilos amounting to 659.905\$60 for the following kinds: Sardines, 22.120 kilos; Pulp, 11.353 kilos; Calamaries and Cuttlefish, 5.473 kilos; Chinchards, 2.733 kilos; Whitting, 2.186 kilos; Salmonete, 1.045 kilos; Little Whitting, 835 kilos; Ecls. 610 kilos; Dourada, 250 kilos; Sole, 240 kilos and other kinds, 408 kilos.

In this month there were exported 10.947 kilos more than in July and 10.753 kilos less than in August of last year.

The leading importing country was the U. S. A. with 15.354 kilos.

By Countries

Oil or sauce

During the month of August the three main importing countries were: the U. S. A. with 149.825 kilos (14.3 %); Italy with 106.530 kilos (10,2 %); and British West Africa with 91.379 kilos (0,8 %).

As regards kinds, Mexico was the greatest buyer of Sardines (89.752 kilos); British West Africa was the largest importer of Chinchards (19.399 kilos), followed by Belgium for Mackerel (17.201 kilos), by Italy for Tunny and the like (58.699 kilos), by the U. S. A. for Filets of Anchovies (87.331 kilos), by Cuba for Calamaries and Cuttlefish (221.083 kilos) and Brasil for other kinds (2.643 kilos).

Brine

The main importing country was Italy with 40.170 kilos of Tunny.

**Exportação de conservas de peixe em azeite ou em molhos, em quilos, por países de consumo,
em Agosto de 1951**

August Canned Fish Export (by Countries)

	Sardinha <i>Sardine</i>	Carapau <i>Chincharid</i>	Cavala <i>Mackerel</i>	Atum e Similares <i>Tuna</i>	Anchovas <i>Anchovies</i>	Lulas e Chocos <i>Cuttle Fish and Squids</i>	Outras espécies <i>Other species</i>	Totais <i>Total</i>
África Equat. Fr. ...	950	-	-	-	-	-	-	950
África Merid. Brit. ...	380	-	-	-	-	-	-	380
África Ocid. Brit. ...	69.605	10.309	-	2.375	-	-	-	91.379
África Orient. Brit. ...	10.550	-	28	418	336	-	-	11.332
Alemanha	62.619	-	4.750	3.930	4.275	-	2.617	78.251
Angola	28.411	1.900	853	601	167	559	2.266	34.757
Austrália	12.340	-	-	185	2.471	-	-	14.996
Áustria	9.690	-	-	-	45	-	-	9.735
Bélgica	27.599	-	17.201	11.014	760	-	-	56.849
Brasil	32.584	-	627	18.982	15.747	-	2.643	70.583
Cabo Verde	48	-	-	-	-	38	19	105
Canadá	3.275	-	-	-	10.217	-	-	13.492
Congo Belga	2.040	190	475	285	646	-	129	3.765
Col. Brit. A. C. e Sul	1.235	-	-	190	-	-	-	1.425
Costa Rica	950	-	-	-	-	-	-	950
Cuba	41.204	-	-	2.577	844	21.083	463	66.171
Curaçau	1.395	-	-	-	141	-	-	1.536
Dinamarca	4.560	-	-	-	-	-	-	4.560
Egipto	25.066	1.349	-	-	912	-	-	25.327
E. U. da América ...	56.869	-	1.900	-	87.331	3.725	-	149.825
Filipinas	6.689	-	-	-	-	-	-	6.689
França	49.771	-	-	-	-	-	-	49.771
Grécia	34.371	-	-	-	304	-	-	34.675
Guiana Holandesa ...	1.197	-	-	-	-	-	-	1.197
Guiné	1.632	38	-	133	-	126	207	2.136
Holanda	19.000	-	-	-	-	-	-	19.000
Ilhas Ital. M. Egeu	323	-	-	-	-	-	-	323
Índia portuguesa ...	2.831	-	-	38	5	-	-	2.874
Ilhas Holandesas ...	2.928	-	-	-	-	-	-	2.928
Inglaterra	1.900	-	-	-	1.141	-	-	3.041
Irlanda	1.596	-	-	-	-	-	-	1.596
Itália	40.431	-	7.400	58.699	-	-	-	106.530
Libéria	-	-	-	95	-	-	-	95
Macau	-	-	-	302	-	-	55	357
México	89.752	-	-	19	10	1.084	-	90.865
Moçambique	25.463	3.515	-	719	885	213	217	29.012
Palestina	2.850	-	-	-	-	-	-	2.850
Síria	11.970	-	570	-	2.993	-	-	15.533
S. Tomé e Príncipe	1.565	-	38	324	10	-	149	2.086
Suécia	6.514	-	-	-	1.392	-	-	7.906
Suiça	14.331	-	2.845	-	2.150	-	-	19.326
Territ. E.U.A. na A.C.	1.050	-	-	-	-	-	-	1.050
Togo Camarão Fr. ...	3.610	-	-	-	-	-	-	3.610
Venezuela	-	-	-	-	1.235	-	-	1.235
Forn. à Navegação ...	570	-	114	361	9	-	-	1.054
Quilos	707.714	26.391	36.801	101.307	134.026	26.828	8.765	1.041.832
Kilos								
Caixas	38.951	1.380	1.793	3.611	20.375	2.079	534	68.732
Cases								
Valores	12.491.152\$10	353.639\$40	563.055\$30	2.492.152\$20	4.711.013\$90	603.630\$00	201.595\$00	21.416.237\$90
Values								

(a) — Normal (plain); 3.079 quilos — sem espinha (boneless); 2.400 quilos — s/pele e s/espinha (skinless and boneless) 51.390 quilos.

PREÇOS MÉDIOS, FOB, EM AGOSTO (AVERAGE FOB PRICES IN AUGUST): *Conservas em molhos:* (base 1/4 clube 30mm); sardinha em azeite, 342\$00; sardinha em óleo, 327\$50; cavala em azeite, 290\$70; (base 1/10) filletes de anchovas, 334\$00; (base quilo); atum em azeite, 24\$60; *Salmouras:* (base quilo): sardinha, 7\$00; cavala, 9\$50; *Congelados:* (base quilo): sardinha, 13\$30; polvo, 12\$30; lulas e chocos, 12\$70.

UM SONHO? OU TALVEZ NÃO...

Chegou-nos às mãos o «1941 Olive Oil Year Book» editado pela The Olive Oil Association of America.

Com uma apresentação gráfica esplêndida, vem cheio de bons artigos, assinados por nomes bem conhecidos dos Conserveiros Portugueses que trabalham para o Mercado Americano.

Não resistimos à tentação de traduzir um artigo do sr. William Crisafully, o que fazemos com a devida vénia, aproveitando para lhe endereçar os nossos melhores cumprimentos.

Os que nos lerem terão ocasião de verificar que o seu autor se mostra um verdadeiro homem de negócios, prático e apresentando os seus pontos de vista com o maior bom senso.

O artigo tem por título: «Se às primeiras não conseguires » e diz assim:

«Mark Twain disse uma vez: Todos falam do tempo, mas ninguém faz nada a respeito dele. Poderia qualquer citação descrever melhor o que constantemente temos vindo a falar na nossa Associação, desde há três décadas, acerca de «Publicidade Cooperativa»?

Finalmente, porém, alguma coisa se fez. Em 20 de Março deste ano a Direcção da nossa Associação tomou a resolução formal de se empenhar em Publicidade Cooperativa e atribuiu uma quantia para instalar para o efeito um escritório de Publicidade dirigido por profissionais.

Um sonho de há muito, tornou-se realidade e pela primeira vez na sua história, a Associação foi de encontro à tremenda necessidade da indústria de ter uma extensa rede de anúncios e uma campanha publicitária.

Que esta campanha é necessária é óbvio para todos aqueles que têm interesse na distribuição de azeite de oliveira.

Temos que combater a invasão dos óleos concorrentes.

Temos que trabalhar para aumentar o consumo anual por capita do azeite de oliveira, o qual é inferior a 84 gramas, número absolutamente ridículo no consumo de óleos e gorduras.

Temos que aproveitar esta óptima oportunidade para a sua expansão industrial.

Temos de iniciar um trabalho conjunto de expansão junto das entidades consumidoras, dos grossistas, e das colónias de origem estrangeira.

Fica ainda muita coisa benéfica por fazer que não pode ser feita por cada um de nós, individualmente, nem mesmo por qualquer sector da nossa Indústria.

Para obter bons resultados esta iniciativa precisa do apoio de todos os sectores da indústria e trabalhar para o seu bem em todas as suas fases.

O apoio de todos é, pois, a condição para o bom sucesso. Doutra maneira nada se obterá.

Henry Andreini na edição do Year Book do ano passado deu o sinal de alarme, escrevendo: «...chegou o tempo de tomar decisões».

Não foi a sua voz a única a clamar a necessidade de se actuar, mas na realidade foi ela a nota decisiva.

O presidente Schroder nomeou um comité para estabelecer um projecto, o qual se baseou no estudo dos métodos usados por 89 diferentes Associações.

Dentre elas 34, obtinham as suas despesas publicitárias dos fundos ordinários da Associação.

O comité rejeitou este método porque os fundos da nossa Associação não são adequados para um projecto desta grandeza, nem se julgou prático aumentar para este fim as cotas dos membros.

Outras 32 obtinham um fundo de

campanha pelas contribuições voluntárias dos seus membros.

Este método também foi rejeitado porque daria lugar a graves injustiças se fosse empregado na nossa indústria.

Outras 23 levantavam fundos impondo uma contribuição dos membros em proporção às compras, vendas por unidade ou volume das vendas em dólares.

Este método foi o que recebeu maior atenção, porque qualquer variante dele parecia prometer maior sucesso.

Foi escolhido um dos nossos membros mais dinâmicos para elaborar o projecto que ele prontamente sujeitou a um exame de experiência.

Depois de ter obtido autorização e os melhores votos do Presidente, conseguiu juntar num só mês mais de 3.000 dólares para o fundo de publicidade.

O projecto é simples; propôs que todos os correctores, tratando de azeite de oliveira, juntassem \$0,25 por 100 quilos (menos de 1 cêntimo por galão), ao preço do contracto e que juntassem a esta contribuição do comprador uma igual, tirada da sua comissão.

Assim, numa venda, média anual de 25.000 toneladas, seria realizado um fundo de \$125.000 dólares.

A aceitação deste projecto pelo Comité não foi obtida facilmente. Este considerou primeiro cuidadosamente todos os aspectos da situação.

Consultou os principais importadores e correctores e obteve o conselho de pessoas qualificadas fora da indústria.

Finalmente decidiu que este representava o método mais favorável e aquele que tinha mais probabilidade de sucesso.

Contribuindo com menos de um penny por galão — uma taxa mínima —, podemos acumular fundos suficientes para expandir entre o público americano o uso do azeite de oliveira.

Há entre nós quem mantenha a ideia que estamos cinco anos atrasados na iniciação do nosso programa.

Acusam-nos de ser negligentes e

apontam o facto de que em 1950 havia mais cerca de 200 associações de negociantes de comestíveis, fabricantes e manipuladores, trabalhando para mudar o padrão usual da vida da nação.

A acusação é verdadeira, infelizmente, quanto à nossa indústria.

Mostrámos pouca visão, iniciativa e falta de recursos, não obstante outros terem traçado um rumo de acção que poderia ser conveniente também para nós.

Mas mais vale tarde que nunca.

Temos que reconhecer que a mudança de rumo é característica dos americanos.

A rapidez com que este país adopta novos produtos e novas ideias, distingue-o das outras nações.

Temos que reconhecer que os americanos não compram produtos por iniciativa própria — compram ideias acerca de produtos.

Nestes últimos anos permitimos-lhes que comprassem a ideia que os óleos de várias sementes eram substitutos aceitáveis do azeite de oliveira.

Temos de encarar o facto que eles mudaram demasiadamente depressa.

No momento em que escrevo está sendo feita uma intensa tentativa por uma das maiores empresas de comestíveis do país para lançar no mercado um novo «salad oil»

Qualquer que seja o sucesso por ele obtido será provavelmente à custa da indústria do azeite de oliveira.

O trabalho que temos à nossa frente é considerável.

Novas casas são construídas ao ritmo de 125.000 por mês para alojar por ano 1.500.000 novas famílias.

A maior parte destes novos lares não conhece as vantagens e benefícios do azeite de oliveira e permanecerá assim, se nós não trabalharmos para a sua educação.

À nossa pergunta «Quais os fins da vossa campanha de publicidade?» os funcionários de uma centena de Associações Comerciais, responderam sem exitação: «aumentar os pedidos dos nossos produtos e combater a concorrência dos produtos similares».

Alguns conseguiram ambos os objectivos de uma maneira dramática.

Por exemplo, durante cerca de 20 anos a indústria de tabaco manteve-se ao mesmo nível quanto à venda de cigarros.

Um largo programa cooperativo de alargamento industrial recentemente iniciado, obteve um aumento de 18 %.

Um enérgico programa lançado pelo comité de chá em apenas dois anos, por causa dos records sucessivos alcançados nas vendas de café, conseguiu um aumento de 14 % no consumo do chá.

Desde a guerra o nosso país tem sido inundado de Rum, devido à escassez de whiskey durante a guerra. As destilarias de Cuba e Porto Rico, Jamaica e Ilhas Virgínicas estavam praticamente fechadas, porque os americanos não bebiam rum e havia existências mais do que as necessárias nas prateleiras dos negociantes e nos armazéns.

A Comissão Insular do Rum resolveu a situação com o mais chamativo programa de publicidade e venda que a indústria viu.

Hoje há procura de rum de Porto Rico.

E assim por aí fora. Os livros estão cheios de histórias com êxito de Associações que têm seguido os processos de publicidade cooperativa.

Assim sucedeu com os produtores de nozes, a Associação de Castanhas de Maranhão, cultivadores de citrinos da Flórida, Associação dos confeiteiros americanos, conserveiros de salmão e ultimamente os fabricantes de sardinhas do Maine.

Compare-se isto com a apatia que foi a grande indústria de Rum da Baía, cujos produtos apenas aparecem hoje nalgumas classes de estabelecimentos.

É fácil justificar a sensatez do esforço de publicidade cooperativa, para conseguir um aumento de consumo e evitar a concorrência.

É porém de longe mais difícil criar o necessário espírito de cooperação para se aventurar a dar-lhe realidade.

A nossa indústria ou levantar-se-á ou cairá, conforme nós estivermos dispostos ou não a participar no programa do seu renascimento.

Não há meios termos.

A verdade nua e crua é que até agora nós fomos incapazes de levar a cabo a obra que temos à nossa frente, por falta de um programa aceitável.

Hoje temos o programa, o resto depende só de nós.»

Pedimos nos desculpem qualquer erro ou menos exactidão na tradução, nem sempre fácil para quem da língua original só tem um superficial conhecimento.

Parece-nos desnecessário fazer algum comentário, pois qualquer Fabricante de Conservas Português, não teria, certamente, dúvida em o subscrever substituindo «Azeite de Oliveiras» por «Sardinhas Portuguesas em Azeite de Oliveiras».

Estamos novamente em difícil posição: falta de matérias primas, falta de peixe, estagnação completa em quase todos os mercados e, como sempre que há dificuldade em vender, aviltamento de preços.

Dentro em pouco novos pedidos de providências vão ser, certamente, elevados às Estâncias Officiais.

Não seria oportuno, juntar esforços e estudar um plano de cooperação com o fim de conquistar, para as Sardinhas Portuguesas, o Mercado Americano?

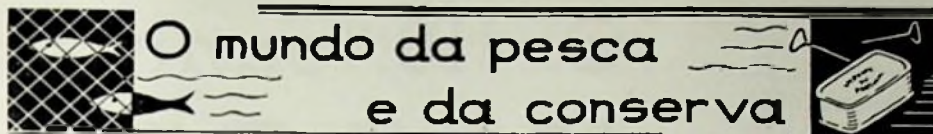
Não se argumente que é o Estado que o deve fazer e pôr em marcha.

Ao contrário, o Estado quando vir a ideia em marcha não poderá e não deixará, certamente, de a auxiliar.

Não se diga, também, que é uma solução a longo prazo. Se ela tivesse tido início há tempo estaríamos certamente agora em muito melhor situação.

A situação é grave para nós, fabricantes, mas não é agradável também para os importadores e compradores americanos, que fartos de perder dinheiro com as Conservas Portuguesas, serão tentados a bani-las dentre os artigos do seu negócio.

F. S.



O mundo da pesca e da conserva

Pesca em Marrocos em 1950

Os resultados da pesca nos principais portos marroquinos em 1950, foram os seguintes:

Port-Lyautey: 2.030 ton. das quais, 1.277 de atum e 201 ton. de sardinha. Fabricaram-se 716 ton. de atum e 180 ton. de sardinha.

Fédala: 1.117 ton. de que se fabricaram 597 ton.

Casablanca: 10.950 ton. (em 1949, 15.200 ton.) das quais 3.600 ton. de sardinha foram utilizadas para conserva. Este resultado desfavorável parece vir confirmar o facto já verificado de que a sardinha tem a tendência de se afastar desta costa.

Mazagan: 3.356 ton., o que representa uma boa pesca, compreendendo 2.756 ton. de sardinha.

Safi: 51.000 ton. de sardinha, batendo o seu próprio «record», com que fabricou um milhão e meio de caixas de conservas em molhos e 600 ton. em salmoura.

Mogador: 11.200 ton. o que representa uma safra magnífica, das quais 2.200 ton. foram aqui utilizadas pelas fábricas de conserva e 9.000 ton. expedidas por camiões para Safi.

Agadir: 30.150 ton., sendo 29.000 de sardinha. Considera-se este resultado medíocre, se se atender ao aumento do número das suas unidades de pesca. Alguns barcos, mesmo, em virtude da falta de pesca, tiveram que ir pescar nas águas de Mogador.

As fábricas de conservas de Agadir utilizaram cerca de 15.000 ton. de sardinha com que fabricaram 500.000 caixas e as fábricas de subprodutos trataram 19.000 ton. de peixes impróprios para as conservas e detritos diversos.

O total geral da pesca em Marrocos em 1950, foi de 123.185 quilos, o que representa um aumento apreciável em relação a 1949 que foi de

93.000 ton., das quais 108.000 ton. de sardinha contra 76.600 em 1949 e 2.496 ton. de tonidos, inferior a 1949 que foi de 5.500 ton.

Esta campanha de pesca caracterizou-se pela má qualidade do peixe, sobretudo no Sul, em Agadir, pela sua irregularidade, pois se registou o desaparecimento da sardinha antes do fim normal da safra e pelo seu rendimento insuficiente no Norte, onde as fábricas para manterem a sua laboração tiveram que ir buscar o peixe a Safi e Mogador e transportá-lo em camiões.

Apesar destas deficiências, Marrocos produziu desde Junho de 1950 a Junho de 1951, 57.671 ton. de conservas de peixe em que estão compreendidas 2.400.000 caixas, quantidade, portanto superior ao registado em 1949 em que a produção total foi de 40.142 ton.

O escoamento desta enorme produção, dada a actual conjuntura dos mercados, preocupa grandemente os industriais marroquinos.

As conservas de atum no mercado norte-americano

O atum norte-americano, que destronou o salmão da sua posição de «best seller», em virtude do seu preço ser mais vantajoso, está agora também seriamente ameaçado pela concorrência estrangeira, principalmente japonesa e peruana, que vende o seu atum nos Estados Unidos a preços ainda mais baixos do que o nacional.

A ameaça consiste simultaneamente no preço e na apresentação do atum estrangeiro. Pode ser que nem todos os compradores gostem do sabor característico dos produtos importados, da secura e moleza da Albacora japonesa e da falta de uniformidade no fabrico do bonito peruano, mas todos estão de acordo em que eles se vendem a preços bai-

xos e têm uma apresentação agradável.

O interesse pelo atum importado é sobretudo maior entre os compradores que o vendem sob a sua própria marca. Uma outra ameaça não menos perigosa para o atum em óleo norte-americano está na recente introdução das conservas de Albacora e do bonito em salmoura que gozam ainda da vantagem duma tarifa baixa dos direitos de importação, 12½ %, ao passo que as conservas destes peixes em óleo pagam 45 % ad-val.

O atum em salmoura é oferecido principalmente em latas de 4 lb. e 1 lb. e tem um largo consumo nos restaurantes e comércio a retalho. Muitos comerciantes americanos são de opinião que esta conserva em salmoura é um dos desenvolvimentos mais importantes a registar no negócio do atum.

Em Maio, antes do aumento dos direitos do atum, os Japoneses vendiam cada dúzia de latas de 4 lbs. de Albacora, em óleo, a \$39,00 e em salmoura, a \$27.

A rápida expansão do bonito em óleo importado é-nos dado pelos seguintes números referentes aos primeiros meses deste ano: até Abril, os E. U. A. importaram do Perú 209.706 caixas enquanto que em igual período de 1950 importaram 111.266 caixas, isto é, houve um aumento neste ano de 90 %. Só numa semana no princípio de Maio foram importadas 25.000 caixas.

Esta tensão entre o atum nacional e o estrangeiro revela-se principalmente na luta travada entre as marcas particulares dos importadores americanos e as marcas nacionais que utilizam uma larga propaganda.

As marcas que não fazem propaganda estão muito ameaçadas a desaparecer sob a pressão destas duas poderosas forças.

PEDIDOS DE REPRESENTAÇÃO

— Robert L. Stix, Inc.
260 West Broadway—New York.
(Vidé anúncio pág. 28)

Por iniciativa do Conselho Superior da Conserva realizou-se em 3 de Junho em Massy-Palaiseau, terra onde falecera, a comemoração do 110.º aniversário da morte de Nicolas Appert, o genial inventor que criou as indústrias de alimentação com a sua descoberta do processo de conservação dos alimentos, merecendo, justamente, o título de *Benfeitor da Humanidade* com que o Governo Francês o galardoou.

Desejando colaborar, embora modestamente, na homenagem prestada a este grande pioneiro da conserva, aqui reproduzimos, na íntegra, com a devida vênua, o artigo que sobre ele o sr. P. H. Lenoir, Director da Casa Amieux Frères, publicou na revista «*Conserve de France et de L'Union Françaises*»:

NICOLAS APPERT Benfeitor da Humanidade

O Conselho da Conserva celebrou, em 3 de Junho, em Massy-Palaiseau, localidade em que morreu Appert, o centenário do inventor da conserva alimentar que, em 1822, foi qualificado pela *Société d'Encouragement à l'Industrie Nationale*. **UM BENFEITOR DA HUMANIDADE.**

Nicolas Appert nasceu em 1750 em *Châlons sur Marne* ou em *Châlons-sur-Vesles*. Foi empregado nas caves de Champagne no armazém de seu pai, negociante de vinhos, e foi lá que ele adquiriu a experiência de rolar as garrafas que lhe devia ser mais tarde particularmente útil. De 1772 a 1775 aprendeu a arte culinária ao serviço da Casa de Cristiano IV, Príncipe Palatino e Duque das Duas Pontes. Depois, até à idade de 30 anos, trabalhou nas fábricas de cervejaria, de confeitaria, destilaria, armazéns de mercearia e cerca de 1780 estabeleceu-se como confeitoiro na rua dos Lombardos, em Paris, onde viveu quinze anos.

Assim educado na arte de preparar e conservar por todos os processos conhecidos as produções alimentares, a sua atenção foi atraída pela insuficiência e os inconvenientes destes processos, dessecação, salmoura ou adição de uma substância estranha própria para impedir a fermentação e a putrefacção. Desde 1795 que o Directório, preocupado com os aprovisionamentos do Exército e da Marinha, tinha oferecido um prémio a quem descobrisse um método de conservação eficaz dos alimentos. No tempo do Primeiro Império, esta preocupação ia tornar-se muito mais grave com o bloqueio continental que privava a França de uma grande parte do seu abastecimento em açúcar de cana, agente conservador de que se fazia um uso considerável.

O Governo, escrevera então Appert, *não cessa de convidar aqueles que se ocupam das Artes e das Ciências, a procurarem o meio de tirar o partido mais vantajoso das produções do nosso solo, e de dar o maior desenvolvimento à agricultura e às nossas manufacturas, a fim de diminuir o consumo das mercadorias estrangeiras.*

O 110.º aniversário NICOLAS

A probidade profissional e intelectual de Appert incita-nos a pensar que não teve conhecimento da controvérsia entre Spallanzani e Needham, exposta precedentemente, visto que nunca lhe fez alusão. Ele teve a intuição genial de que a acção do calor *fazia parar a tendência natural dos produtos vegetais e animais para a decom-*



Nicolas Appert

posição, depois de os ter privado o mais rigorosamente possível do contacto com o ar. Pondo de parte o seu comércio, consagra-se exclusivamente às experiências destinadas a provar a generalidade e a segurança do seu princípio. Abandona a sua confeitaria em 1794 e instala-se em Ivry-sur-Seine para cuja Câmara Municipal é nomeado em 25 de Junho de 1795. Com a paciência e o método de um verdadeiro sábio, entrega-se a numerosos ensaios, observa e investiga a causa dos seus insucessos e chega à confirmação do seu processo que descreve assim na *Arte de Conservar* (1810, pág. 8):

Consiste principalmente:

1.º — em encerrar em garrafas ou frascos as substâncias que se quer conservar;

rio da morte de APPERT

2.º — a rolar estes vasos com a maior atenção, porque é principalmente desta operação que depende o successo;

3.º — a submeter estas substâncias, assim encerradas, à acção da água fervente de um banho-maria, durante mais ou menos tempo, segundo a sua natureza e da maneira que indicarei para cada espécie de comestíveis;

4.º — a retirar as garrafas do banho-maria no tempo prescrito.

Contudo, desde os primeiros anos do século, Appert calculara que o seu método estava suficientemente assente para começar a entregar ao público conservas assim preparadas e para propo-las ao Governo para o abastecimento da Marinha. Adquiriu então em Massy um terreno de 4 hectares no qual construiu, em 1804, uma fábrica onde pôde ocupar cerca de 50 operários.

Em Novembro de 1808 o Conselho de Saúde tinha certificado do Prefeito Marítimo de Brest a boa qualidade dos alimentos preparados segundo o processo do cidadão Appert. O Contra-almirante alemão dirige-lhe da Ilha de Aix, em Maio de 1807, uma carta elogiosa mencionando que as ervilhas e as favas estavam tão bem conservadas que pareciam frescas. O vice-almirante Martin, Prefeito Marítimo de Rochefort, escreveu-lhe na mesma época: *Não esquecerei nenhuma ocasião de dar a conhecer uma descoberta que me pareceu tão útil ao Estado como interessante para os marinheiros.*

Estes testemunhos foram reunidos no relatório que Bouriat leu em 15 de Março de 1809 à Sociedade de Fomento da Indústria Nacional, em nome de uma Comissão que tinha examinado as conservas apresentadas por Appert, ou seja um cozido, consomé, leite, soro de leite, ervilhas, favas, cerejas, damascos, sumo de groselhas, framboesas, cada uma contida num vaso de vidro herméticamente fechado, amarrado com um fio de arame. Algumas destas conservas tinham sido preparadas havia oito meses, outras um ano e quinze meses.

A Comissão verifica a sua conservação e o seu sabor perfectos, sem esquecer a economia tão procurada do açúcar que este processo permite realizar. Salienta, igualmente, as múltiplas vantagens que estas conservas proporcionarão aos consumidores e, particularmente, aos marinheiros atacados de escorbuto, doença provocada por uma alimentação defeituosa e que fazia a bordo dos navios mais vítimas do que os naufrágios e os combates.

Secundando os Almirantes, a Comissão menciona já o inconveniente para a Marinha da multiplicidade das garrafas — nós diríamos hoje dos pequenos formatos —

Appert procurará o uso dos grandes formatos cuja esterilização devia trazer tantos dissabores, principalmente na Inglaterra.

É finalmente prestada homenagem ao zelo e ao desinteresse de Appert e incitam-se os seus concidadãos a utilizarem os produtos do seu estabelecimento, depois de se ter lastimado que este «*não tenha sido suficientemente apreciado pelos ricos capitalistas que teriam podido dar-lhe rapidamente o grau de desenvolvimento desejável que só atingirá lentamente se este artista for deixado entregue unicamente aos seus próprios recursos*».

A 30 de Janeiro de 1810, o conde Motalivet, Ministro do Interior, sob proposta da Comissão consultiva das Artes et Manufacturas, concede a Appert um subsidio de 12.000 francos para o recompensar e indemnizar das despesas, com a condição deste publicar os seus processos, à sua custa, sob a fiscalização da Comissão Consultiva e de lhe entregar 200 exemplares.

Foi assim que em Junho de 1810 appareceu a primeira edição do *Livro de todos os lares ou a Arte de conservar vários anos todas as substâncias animais e vegetais*.

Com uma tiragem de 6.000 exemplares, traduzida em alemão, espalhada na Inglaterra, esta edição foi rapidamente esgotada. Cinco edições deviam ser feitas ulteriormente, entre 1813 e 1858.



Eis o nosso inventor oficialmente consagrado. Mas, infelizmente, alguns meses depois, Gay-Lussac, membro da Comissão Consultiva das Artes e Offícios e que tinha assinado o relatório favorável à descoberta de Appert, resolve controlar no seu laboratório a realidade dos factos observados. Redige em seguida uma *Memória sobre a Fermentação* que leu no Instituto em 3 de Dezembro de 1810. Este grande sábio não percebe o que há de genial nas explicações tão simples de Appert, e afirma que a conservação não é devida à destruição dos fermentos pelo calor, mas ao facto de que as substâncias se encontram, dentro das garrafas, ao abrigo do contacto com o oxigénio.

Este erro ia fazer desviar do caminho indicado por Appert e a investigação vai orientar-se, sobretudo, para a expulsão completa dos fermentos. Assim, a Sociedade de Encorajamento, ao pôr o assunto no programa do seu concurso para 1821, esclarecia que ela não exigia que se seguisse o processo de Appert e lembrava a opinião de Gay-Lussac segundo a qual se podia conservar todas as espécies de produtos no gás azote ou no gás hidrogénio.

Appert, modesto e condescendente, como aparece nos seus escritos, rende homenagem a Gay-Lussac, reproduzindo o essencial da Memória nas edições ulteriores do *Livro de todos os lares*. Todavia, mantém a sua teoria que os trabalhos de Pasteur deviam confirmar, ao passo que a Gay-Lussac, desprezando o principal, só dava explicação do fenómeno no caso particular dos fermentos ou

micro-organismos que deviam ser chamados mais tarde aerobios. Basta ler atentamente a descrição do processo Appert, reproduzido acima, para se verificar que ele comporta todas as condições necessárias e suficientes à conservação. A páginas 101 da sua obra, ele previra bem que o seu novo método de conservação é fundado sobre um principio único, a aplicação do calor a um grau conveniente às diversas substâncias, depois de as ter privado tanto que possível do contacto do ar, e comenta numa nota: *à primeira vista poder-se-ia julgar que uma substância, crua ou preparada ao lume, metida em seguida em garrafas, perfeitamente rolhadas, depois de se ter feito o vácuo, se conservaria igualmente sem a aplicação do calor ou de banho-maria; isto seria um erro, porque todas as experiências que eu fiz me demonstraram que os dois pontos essenciais, a privação absoluta do contacto com o ar exterior (o que possa encontrar-se no interior não deve inquietar porque está reduzido à impotência pela acção do calor), e a aplicação do calor ou banho-maria, são indispensáveis, um e outro, para a perfeita conservação das substâncias alimentares.*

Entre a autoridade do grande sábio e a do modesto inventor, não havia medida comum. Appert foi considerado pelo mundo científico como um empírico. É justo, porém, reconhecer que o Boletim da Sociedade de Fomento da Indústria Nacional não fecha as suas colunas a Appert. Podia-se ler em 1809 no tomo VIII: *O sr. Appert permite fazer chegar para além da fronteira, sem serem alteradas, as produções agradáveis com que a natureza favoreceu o nosso solo. Ele quer por esta forma multiplicar os prazeres do Índio, do Mexicano, do Africano, como os do Lapão e dar aos diferentes povos a possibilidade de saborear com delícia os perús com trufas, as perdizes vermelhas, os codornizes, os «pâtés de foie gras», etc. O sr. Appert permite transportar para França, dos países mais afastados, uma infinidade de substâncias que desejaríamos ter no seu estado natural. Os habitantes da França podem prolongar durante todo o ano os prazeres que uma só estação lhes concede... Logo que as relações comerciais forem mais fáceis, o sr. Appert só precisará do seu talento e da sua perseverança para estabelecer um ramo de comércio que lhe será útil e ao seu país.*

Em 1814, tomo XIII, o Boletim assinala que Appert está em condições de entregar todas as provisões de boca, carne de vaca, porco fresco, aves, caça, peixe, caranguejo, pasteis de carne e de aves, ovos frescos leite, almece, creme, manteiga fresca, legumes e frutos assim como todos os sumos anti-escorbuticos.

Foi neste mesmo ano de 1814 que os Aliados destruíram a fábrica de Massy. Appert não encontrou o apoio financeiro para a sua reconstrução e teve que a vender para pagar as hipotecas.

Se bem que tenha já nessa altura 65 anos e que tenha gasto todas as suas economias nas suas investigações, Appert não desanima. Transporta para a rua Cassette o que pode salvar do seu material e graças ao apoio de

Berthollet obtém do Governo, em 1817, um local no «Quinze-Vingts» 17, rua Moreau, onde pode retomar em larga escala a aplicação do seu processo. Consegue ali substituir as garrafas de vidro por latas de folha de Flandres soldadas e o banho-maria primitivo pelas marmitas auto-claves do Dr. Lemare, derivadas do «digesteur» inventado por Papin em 1681. Appert prevê que tomando certas precauções podia utilizar estes engenhos cujo emprego era até então temido em virtude das terríveis explosões. Em 1824 utiliza-as para a extracção da gelatina dos ossos e para a fabricação dos sucos de carne e de legumes, para derreter o sebo destinado a fabricação de velas e à extracção do óleo da mão de vaca.



As latas metálicas soldadas tinham sido utilizadas antes dele pelos ingleses em 1814. Eram feitas de folhas de ferro forjado estanhado, e não de aço, que é a base da folha de Flandres moderna. A folha desta época era classificada segundo o ferro forjado tinha sido refinado com carvão de madeira ou com coke, e as designações «charcoal» e «coke» estão ainda em uso para distinguir as diferentes qualidades da folha, se bem que o «charcoal» não seja já utilizado na fabricação. A folha das latas inglesas era proveniente do País de Gales e o estanho de Cornouailles. Foi desta forma que o navegador russo Krusenstern pôde atribuir a descoberta das conservas ao inglês Donkin. Na realidade, as primeiras conservas fabricadas na Inglaterra foram-no com os dados fornecidos por um francês chamado Gérard que levou para Londres um exemplar da primeira edição do livro de Appert, cuja invenção nunca mais foi contestada.

A Sociedade de Fomento concede a Appert, em 1816, uma medalha de prata e em 1820, uma medalha de ouro e em 1822 qualifica-o de *Benfeitor da Humanidade*.

Apesar da hostilidade poderosa de alguns, não foram os apoios científicos que faltaram a Nicolas Appert, mas sim os financeiros. O capitão de navios Freycinet escreve em 14 de Julho de 1822: *Depois das reflexões sumárias sobre as vantagens que devem resultar para o futuro da bela descoberta de Appert, não posso deixar de sentir uma impressão dolorosa ao ver este homem, mais do que sexagenário, numa situação que se aproxima da necessidade. Limitado nos seus recursos, ele não pode fazer todo o bem que concebe: a sua fábrica produz pouco enquanto que outras pessoas mais felizes se apoderam e enriquecem por toda a parte com os produtos da sua indústria.*

A Sociedade de Fomento atribuiu-lhe um prémio de 2.000 francos em 1824; mas, mesmo para a época, esta importância é pequena em relação às despesas do nosso investigador e para um «benfeitor da humanidade».

O seu processo permitiu-lhe conservar, entre outros produtos, o mosto de uva, como todos os outros sumos de fruto, sem que perdesse a sua aptidão para a fermen-

tação, e de verificar que o vinho aquecido em vaso fechado a 70° torna-se inalterável e aumenta as suas possibilidades de envelhecimento natural. Pasteur reconheceu solenemente a propriedade desta descoberta e Appert no decorrer de uma polémica que manteve sobre esta questão com Vergnette-Lamotte. O grande sábio fá-lo em termos severos:

Quando o sr. Vergnette-Lamotte espoliou Appert em 1850 de uma maneira tão odiosa, Appert estava morto e não pôde reclamar. Fui eu que revindiquei os seus direitos. Quanto a mim, tenho a felicidade de viver ainda e saberei defender a verdade.

Noutra ocasião, depois de ter reconhecido o valor das experiências de laboratório do italiano Spallanzani, reconhece a originalidade científica de Appert e censura severamente Gay-Lussac.

★

Em 1825 era retirada a Appert a fruição gratuita do local dos *Quinze Vingts* cujo aluguel à Administração dos Hospitais só custava ao Estado 4.000 francos. O inventor teve que tomar a seu cargo um aluguel demasiado caro de 8.320 francos, transferindo o seu laboratório para o n.º 16 da rua de Paradis onde acabou a preparação da 3.ª edição da sua obra em 1831, com a idade de 81 anos. Esta edição contém os últimos resultados das suas investigações sobre as conservas, sobre o emprego da folha para a fabricação das latas, etc. As edições posteriores são incompletas e alteradas pelos seus editores e sucessores.

Encontram-se poucas informações sobre os seus últimos anos. Associou-se ao seu sobrinho, Prieur Appert, cedeu-lhe o seu estabelecimento e retirou-se para Massy numa casinha chamada *Maison du Cadran*. Os seus recursos deviam estar então reduzidos a uma renda de 1.200 frs. Só uma velha criada se lhe conservou fiel e morreu tão pobre que foi enterrado na vala comum.

Este homem foi bom e indulgente, como o prova a carta que reproduzimos. Soube enfrentar com coragem a adversidade e para apreciar a sua modestia como a sua intuição genial, basta ler a sua pequena obra de 1810 que tem apenso 100 páginas e na qual se encontra exposto o essencial da arte de conservar e as suas consequências.

Nesta primeira edição, publicada quando ainda não empregava as latas metálicas, Appert trata minuciosamente das garrafas, dizendo que as manda fabricar com gargalos que têm uma pequena rosca saliente no interior, por debaixo do anel, para comprimir a rolha e dar-lhe mais resistência à dilatação dos produtos contidos na garrafa quando se faz o aquecimento. Ele insiste em seguida sobre a operação essencial do rolhar das garrafas: *Não se deve desprezar o mais pequeno dos cuidados para que a substância que se quer conservar seja rigorosamente privada do contacto com o ar que é o agente destruidor que mais há a temer.*

E veja-se, na pág. 32, um preccito fundamental para as conservas: *É desnecessário recomendar a rapidez e a maior hygiene nas preparações das substâncias alimentares que é de rigor sobretudo para os objectos que se destinam a ser conservados.* Seguem-se as descrições das operações e as receitas para as diferentes conservas. É de notar que para as ervilhas ele recomenda *que não se colham as ervilhas demasiado miudas, porque se desfazem na água na operação; tomo-as no tamanho médio que são infinitamente mais gostosas.* Afirma também que não é conveniente utilizar os frutos do começo da colheita ou os do fim. Com estas ideias precisas, Appert indica bem que o conserveiro deve seleccionar as suas matérias primas e não utilizar os restos, que é ainda um princípio fundamental para obter conservas de qualidade.

Além disso, ele recomenda: *todos os vegetais que se destinam à conserva devem ser colhidos o mais recentemente possível e utilizados com a maior brevidade, de maneira que da horta ao banho-maria não haja mais do que um salto.*

Insiste também muito sobre a duração do banho de esterilização, variável segundo a natureza das conservas, e que, prolongada demasiadamente, pode prejudicá-las muito sob o ponto de vista gustativo.

Todos os preceitos essenciais se encontram portanto reunidos: selecção das matérias primas, tempo reduzido ao mínimo entre a sua colheita e o início da fabricação, limpeza meticulosa, rapidez nas operações e determinação exacta dos tempos de ebulição.

E o autor conclui: *O problema consistia em conservar todas as substâncias nutritivas com as suas qualidades próprias e constituintes. Foi o problema que eu resolvi; conforme está demonstrado pelas minhas experiências...*

Appert enumera as vantagens da sua descoberta para a época em que escrevia, e com uma intuição profética para o futuro: possibilidade de diminuir consideravelmente o açúcar de cana; de conservar para o consumo, em toda a parte e em qualquer altura, as produções alimentares muito abundantes em certas estações ou em diversas regiões, evitando, nuns casos, que sejam desperdiçadas e vendidas a preços vis, e noutros, que os seus preços sejam inacessíveis; de fornecer aos hospitais civis e militares, aos exércitos e especialmente à Marinha, uma alimentação fresca e sã; criação de uma nova indústria relativa às produções da França para o consumo interior e para a exportação; enfim, uma tal invenção deve tornar-se um bem comum de todas as nações.

Appert é, portanto, sem contestação possível, o inventor do método da conserva e o primeiro conserveiro que experimentou industrialmente a sua Arte. Esta prioridade é-lhe universalmente reconhecida e a sua descoberta devia suscitar numerosos émulos em França e na Inglaterra, particularmente Joseph Colin, de Nantes, outro grande pioneiro da conserva cujo carácter e os talentos se assemelham curiosamente aos de Appert e que foi o primeiro que preparou conservas de sardinha em azeite em latas metálicas.

**ALIANÇA
EXPORTADORA**

**L^{DA}
LISBOA-PORTUGAL**



**PORTUGUESE
CANNED FISH**

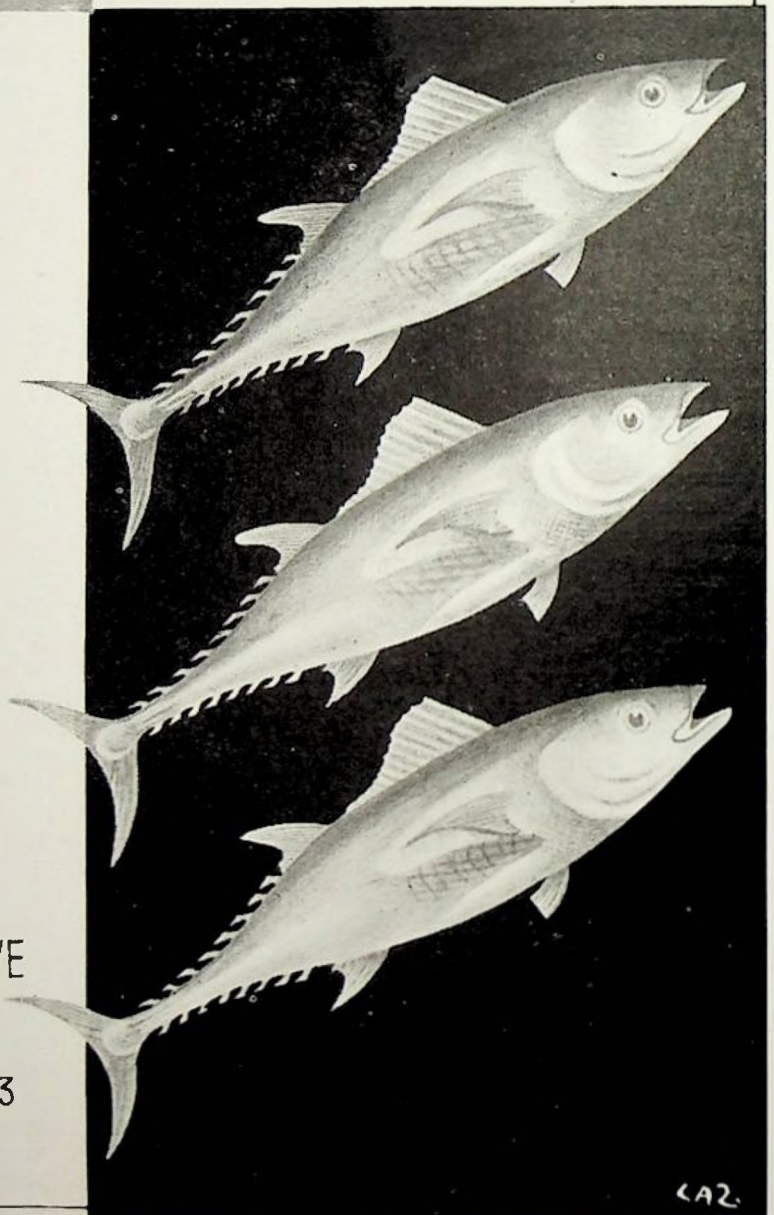
**SARDINES
TUNA FISH
ANCHOVIES
MACKERELS**



U.S. EXCLUSIVE REPRESENTATIVE

H.ORMAI

105. HUDSON STREET NEW-YORK. 13



CA2.



Mercados

E. U. A.

A situação das conservas portuguesas nos E. U. A.

A indústria de conservas de peixe portuguesa, pelo que diz respeito ao mercado americano, tem atravessado desde 1946 um período de transição. Este período não lhe tem sido, infelizmente, favorável e na nossa opinião só uma visão larga do problema e uma acção dinâmica da parte da indústria em Portugal, poderão fazer melhorar a situação.

A situação das sardinhas

Antes da segunda grande guerra, um certo número de fabricantes abastecia o mercado americano de sardinhas que raramente em cada ano excediam 150.000 caixas, de todas as qualidades e formatos. Depois da segunda guerra mundial, o número de industriais que tentou cultivar o mercado americano, duplicou. Contudo, a venda das sardinhas diminuiu. Assim, este número aumentado de industriais em vez de partilhar uma talhada maior de bolo, está simplesmente cortando a mesma talhada em bocados mais pequenos.

Simultaneamente, com este desenvolvimento em Portugal, a economia americana no seu conjunto passou por um período de deflacção «post-guerra» em todos os produtos excepto os essenciais. Desde a segunda guerra, o custo da vida nos Estados Unidos aumentou para a maior parte dos géneros alimentícios, vestuário, aluguel de casas e artigos de necessidade diária. Este facto prejudicou os produtos de luxo e semi-luxo, porque o consumidor tinha menos para gastar

em produtos não essenciais. Infelizmente, tanto as sardinhas como as anchovas portuguesas não são considerados artigos essenciais nos Estados Unidos. O resultado desta situação em Portugal e na América foi um contínuo declinar do mercado que tornou o negócio das conservas num risco perigoso para o fabricante, o importador e o distribuidor. Esta tendência foi modificada durante alguns intervalos, principalmente em Julho/Agosto de 1950 quando a guerra da Coreia criou uma onda de inflacção nos Estados Unidos. Contudo, esta procura psicológica de todas as mercadorias da parte do público desapareceu rapidamente quando ele verificou, no final de 1950 e princípio de 1951, que não havia escassez. O resultado foi um retrocesso nos negócios desde Março de 1951.

Antes da segunda guerra mundial, a maior parte das sardinhas importadas nos E. U. A. eram em marcas dos compradores americanos.

Neste tempo, era costume o comprador americano colocar as suas encomendas de sardinhas em Abril e Maio e receber as entregas da maior quantidade das suas mercadorias, como hoje, durante Outubro, Novembro e Dezembro. Uma dificuldade no negócio da sardinha foi sempre a maior quantidade das encomendas chegar ao mercado precisamente depois de ter terminado a estação de maior consumo. Antes da guerra, o importador americano estava acostumado a armazenar as suas mercadorias desde o outono e o inverno de cada ano até à primavera do ano seguinte, quando a época de consumo começava.

Desde então, a proporção das marcas pertencentes aos compradores

americanos tem diminuído consideravelmente.

Os fabricantes portugueses e os importadores americanos de marcas não introduzidas no mercado não estão acostumados a armazenar as conservas de sardinha para o ano seguinte. O resultado foi que na maior parte dos anos durante o inverno e nos meses da primavera o mercado fraquejava. Este tem sido um dos factores importantes da instabilidade do mercado das sardinhas durante os últimos anos.

É conveniente mencionar que enquanto as marcas de sardinha introduzidas e conhecidas obtiveram normalmente um preço superior ao das marcas de ocasião, a instabilidade dos preços destas minaram o mercado ordenado daquelas. Há quem tenha a opinião de que a invasão das marcas desconhecidas no mercado teve um efeito pernicioso sobre a venda das sardinhas portuguesas em geral e pode ser responsável em certa medida pela diminuição do consumo.

Os que assim pensam argumentam que as sardinhas portuguesas pertencem àquele tipo de produtos que se vendem melhor quando há um interesse ligado à marca. Quando o interesse pela marca desaparece, a distribuição é afectada.

A situação das anchovas

A condição do negócio de anchovas tem sido semelhante à das sardinhas, mas há algumas diferenças essenciais. No negócio das sardinhas, há ainda algumas marcas que têm mais aceitação do que outras. A qualidade superior é também um factor na sua venda. Enquanto o preço é o principal factor na venda das sardinhas, é ainda mais importante e dominante na venda das anchovas. A qualidade tem menos importância de que nas sardinhas. Nenhuma marca, com excepção de uma — que há muitos anos está introduzida na população italiana deste país — tem uma preferência particular sobre as outras. O volume dos filetes de anchovas que tem sido vendido para os E. U. A. durante os últimos cinco

ou seis anos, tem-se mantido consistente. Contudo, os comerciantes nos Estados Unidos têm de uma forma geral considerado este negócio pouco vantajoso e informações de Portugal revelam que o mesmo sucede aí. Neste produto, como nas sardinhas, o desenvolvimento da produção não foi acompanhado pela expansão correspondente do consumo, resultando que há normalmente mais mercadorias à venda do que as que se podem absorver rapidamente num dado momento.

Declínio relativo no consumo

É muito importante acentuar que durante os últimos 20 anos a população e a riqueza «per capita» nos Estados Unidos aumentaram enormemente.

No mesmo período, o consumo da sardinha portuguesa diminuiu no número de caixas vendidas. Esta diminuição por caixa, quando comparada com o aumento da população e do rendimento, representa uma redução muito elevada na percentagem de consumo. Desta forma, a indústria sofreu um sério recuo. O negócio dos filetes de anchovas que teve um início mais recente em Portugal, não pode ser comparado na mesma maneira. Contudo, nos últimos 12 anos, o negócio dos filetes de anchovas sofreu um declínio relativo comparado com o acréscimo de população e de rendimento do cidadão americano.

É também importante notar que o declínio das conservas de peixe portuguesas se criou com um largo desenvolvimento no consumo relativo das conservas de atum e das «sardinhas» do Maine.

A justificação da nossa afirmação é dada pelos seguintes números: a população dos Estados Unidos era em 1940 de 130 milhões e em 1950 de 150 milhões; supondo que o mesmo número de caixas foi vendido em 1950, o declínio do consumo relativo seria de 15 %. Este declínio da percentagem sobre as conservas de sardinha é, porém, ainda maior porque a média do consumo anual por caixa é menor hoje do que em 1940 e, além disso, em 1940 havia uma venda

substancial de latas de 7 onças, ao passo que hoje a proporção de latas de 3 $\frac{3}{4}$ onça é muito mais elevada.

A concorrência

A principal concorrência das sardinhas portuguesas e das anchovas, é indirecta. É a concorrência de todos os produtos que se esforçam por interessar o consumidor e que é muito dura. A maior parte dos artigos não essenciais é dada a conhecer ao público da América por meio de propaganda intensiva através da rádio, revistas e jornais. Numa tal concorrência a estrutura do preço geral do artigo é o principal e a concorrência do preço individual entre as várias mercadorias, secundário. Assim, o preço que o consumidor deseja pagar não terá, provavelmente, qualquer relação com o preço do custo ou outros problemas da produção. Há ampla evidência de que a estrutura do preço das sardinhas e anchovas portuguesas, desde 1946, tem tido um efeito pernicioso sobre a sua venda nos Estados Unidos.

Concorrência nas sardinhas

Não há nos E. U. A. uma concorrência directa importante nas sardinhas portuguesas no próprio sentido da palavra. A quantidade preponderante das sardinhas portuguesas consumidas na América do Norte, é de conservas sem pele e sem espinha. Não há sardinhas sem pele e sem espinha fabricadas noutros países, com excepção de Marrocos, que até à data é um factor mínimo, e é sabido que uma pessoa que deseja sardinhas sem pele e sem espinha as comprará sem se importar com as outras conservas de peixe existentes no mercado na mesma altura. Deve-se contudo fazer notar que, por outro lado, o consumidor que deseja «sardinhas norueguesas» come-las-á de preferência a quaisquer outras sardinhas incluindo as portuguesas, seja qual for o preço.

Existe presentemente a ameaça da concorrência das sardinhas marroqui-

nas. Se vai desenvolver-se de forma a tornar-se num perigo, só o futuro o poderá dizer. No que diz respeito às sardinhas com espinha, do tipo português, o mercado americano é muito pequeno. Contudo, Marrocos está-se tornando um factor cada vez mais a considerar para qualquer quantidade limitada de sardinhas com espinha que seja possível vender na América. De uma maneira geral, a qualidade das sardinhas marroquinas tem sido inferior mas, por outro lado, os preços têm sido baixos e isto auxiliou de algum modo a impulsionar a venda. Deve-se também dizer que, ultimamente, a qualidade tem melhorado. A concorrência das sardinhas marroquinas faz-se já sentir suficientemente, obrigando os compradores destas conservas portuguesas a tê-la em consideração. Fala-se, e isto já vem de há anos, num grande esforço que os industriais marroquinos vão fazer para conquistar o mercado americano. Esse esforço consistiria em ofertas a preços baixos para introduzir o produto e na realização de uma campanha de propaganda para manter as vendas.

Até agora não se verificou um desenvolvimento definitivo nesta direcção. As «sardinhas» importadas que têm uma maior venda nos E. U. A. são o sild e o brisling norueguês. Mas estes produtos não são concorrentes directos das sardinhas portuguesas.

Concorrência nas anchovas

A concorrência nos filetes de anchovas veio de Espanha, principalmente nos formatos 13 e 28 onças. Esta concorrência tornou-se cada vez mais importante a ponto de ter virtualmente eliminado as anchovas portuguesas destes formatos no mercado americano. O preço das anchovas espanholas tem sido suficientemente mais baixo do que o das portuguesas, de forma a impelir um número cada vez maior de hotéis e restaurantes nos braços dos espanhóis. A concorrência espanhola no formato de 2 onças começou agora. É natural que vá sucessivamente aumentando com o

tempo. Os filetes de anchova da Itália começaram novamente a aparecer, mas apenas em quantidades insignificantes. O mesmo se pode dizer dos filetes de anchovas da Jugoslávia que são fabricados na zona de Trieste.

O que se pode fazer

Como dissemos atrás, o consumo normal das sardinhas portuguesas nos E. U. A. decresceu para a média de 125.000 caixas em comparação com 150.000 caixas antes da última guerra. Mesmo o número de antes da guerra representa uma quantidade ridícula de sardinhas para um mercado do tamanho do americano.

Para compreender quanto esta quantidade é pequena, basta que se diga que representa 1/10 de uma lata por pessoa. É muito significativo o facto das sardinhas portuguesas serem virtualmente desconhecidas em qualquer parte dos Estados Unidos excepto em New York, Boston e Filadélfia. O consumidor americano, como naturalmente os consumidores de qualquer outro país, é uma creatura de hábitos. É extremamente difícil introduzir novos produtos nos Estados Unidos, mas o mais desanimador é verificar que a diminuição no consumo ocorreu quando se regista um grande aumento de população e, portanto, a baixa do consumo «per capita» é ainda maior. O consumo das anchovas abrange uma maior área e o seu total é ligeiramente superior ao de antes da guerra, mas neste artigo também o consumo «per capita» diminuiu actualmente em relação àquele período.

Que é o que se pode fazer para resolver este problema? Durante os últimos anos foram tentados vários remédios, incluindo o estabelecimento dos preços mínimos, que não deram resultado. Sem dúvida, enquanto a produção tem sido mantida e mesmo aumentada, excepto nos períodos de escassez, de pesca e de folha, nada se fez para resolver os problemas da venda nos mercados. É uma lei básica da economia que o excesso da oferta sobre a procura causa o declínio do mercado e prejuízos para

todos. É um facto que as sardinhas portuguesas são comidas e apreciadas em todo o mundo incluindo certas grandes cidades nos Estados Unidos. Deve concluir-se, portanto, que uma campanha de propaganda deveria fazer aumentar o seu consumo neste país.

A introdução de novos produtos é difícil mas não insuperável. Faz-se todos os dias. O método mais usual e que dá melhores resultados, é a propaganda. Hoje mais do que nunca a loja americana não está equipada para dar a conhecer aos clientes os produtos que eles ordinariamente não compram.

A maior parte dos artigos de mercaderia são vendidos nos *self-service Super Markets* que são armazéns em que o cliente se serve ele próprio, sem o auxílio de qualquer empregado. Por este processo, o produto pode estar na prateleira, mas se o freguês o não conhece, não há maneira de o apresentar.

Durante os últimos quinze anos, a indústria das conservas de atum quintuplicou o volume das suas vendas, passando de 2 milhões de caixas para mais de 10 milhões. Isto conseguiu-se por meio de uma propaganda e publicidade inteligentemente planeadas. Actualmente a indústria de conservas de sardinha de Maine está realizando uma campanha de propaganda e publicidade para a qual cada industrial contribui com 25 cêntimos por caixa o que, na base da produção dos últimos anos, representa uma verba utilizável de 500.000 a 750.000 dólares anuais. A indústria das conservas de «sardinha» norueguesa utiliza também a propaganda e recentemente apresentou um film na televisão explicando o fabrico do *brisling*.

A propaganda não é um «cura tudo» e deve ser tratada inteligente e cuidadosamente, mas, na nossa opinião, representa pelo menos o primeiro passo para a solução de um problema da indústria portuguesa, persistente e desanimador, que não mostra sinais de melhorar.

ALEMANHA

(Do nosso correspondente na Alemanha).

O mercado alemão e as sardinhas Portuguesas

Afirmando à Ex.^{ma} Direcção da revista «Conservas de Peixe» a nossa gratidão pela atenção dispensada à primeira correspondência, voltamos agora a entediar os seus leitores continuando as nossas observações sobre a actual situação do mercado alemão em relação às conservas de sardinha portuguesas.

Situação nada lisongeira, não por culpa dos nossos amigos desse belo país que, dentro das suas possibilidades e tantas vezes procedendo de maneira desinteressada que é útil salientar, sempre se têm esforçado para que a situação seja muito outra. Tampouco por culpa dos muitos apaixonados que elas contam entre nós e do comércio da especialidade que igualmente se não tem poupado a esforços nesse sentido, colocando, também por vezes, a questão mais num pé dos interesses afectivos que dos comerciais imediatos.

Tão perfeitas premissas poderiam assegurar um desenvolvimento interessante, sob todos os pontos de vista, a este ramo de negócios. Infelizmente, sobrepõem-se a tudo isso as circunstâncias e as consequências impostas pelas limitações de todo o género a que elas têm conduzido. Longe de se anteverem melhorias, pode prevêr-se, infelizmente, o agravamento da situação actual, ilógico porque, indo contra os hábitos e necessidades do consumidor alemão, é inteiramente contrário aos interesses duma actividade industrial que ocupa um lugar de primeiro plano no haver económico português.

Se temos interesse em manter relações comerciais, cada vez mais extensas, com Portugal — que pode e deve ser um cliente interessante no que se nos refere — temos também o dever de corresponder como compradores. E, em nenhum outro ramo

da exportação portuguesa, pelo menos metropolitana, poderão coincidir tão perfeitamente as conveniências comuns. São estas considerações e este raciocínio (e não uma simples manifestação por interesses materiais imediatos ameaçados) que nos levam a afirmar com toda a convicção que qualquer dificuldade oposta á importação das sardinhas portuguesas na Alemanha será *mutuamente* inconveniente. Está neste caso o aumento iminente na taxa dos direitos de importação das conservas em virtude das decisões tomadas na reunião da GATT, em Torquay, na ausência de Portugal.

A actual taxa é suficiente para a protecção, justa e natural, dos interesses da pesca e da indústria nacional que, aliás, com definidas especializações de produção e consumo, podem à vontade e sem qualquer receio coexistir com a importação das sardinhas estrangeiras. Pelo contrário, a sua elevação para o dobro (como se virá a verificar em 1 de Outubro próximo) constitui um rude golpe, encarecendo de tal forma o seu custo que o consumo das mesmas será forçosamente diminuído de forma drástica.

Note-se ainda que, além desse aumento-duplicação, se verificou já idêntica elevação ao dobro da UMS-ATZAUSGLEICHSTEUER (taxa compensadora, em relação á importação, do imposto sobre o «chiffre d'affaires» no interior e que agora ficou desnivelada, contrariando a sua própria intenção, pois passou a ser de 6 % em vez de 3 % para as conservas de peixe enquanto em relação a outros produtos só foi elevada para 4 %).

Representam estes dois factos reunidos um agravamento de 15 % ad-valorem sobre as já pesadas imposições que recaíam sobre a importação das sardinhas. Estas passam, pois, a ser oneradas na importação com 30 % sobre o seu valor. Tratando-se dum artigo alimentício de consumo corrente, já relativamente caro pelo seu «prix de revient» sobrecarregado pela utilização dum material de custo elevado e desperdiçado no consumo

(a sua embalagem em folha de Flandres) pode facilmente aquilatar-se da gravidade que tal circunstância reveste para a expansão, ou até para a relativa continuidade da introdução, das conservas de peixe num mercado onde o nível de vida sofreu acidental depressão que só muito lentamente poderá ser recuperada.

Porque assim pensamos sinceramente, não hesitamos em dizê-lo francamente, conscientes de que, com isso, prestaremos de alguma forma um serviço aos nossos próprios interesses gerais. Não se trata somente da repercussão que os mesmos factos podem ter, e fatalmente terão, nos interesses duma classe limitada, como é a dos importadores de conservas. Quem quer vender tem também de comprar e, procedendo desta forma com Portugal, viremos fatalmente a sofrer-lhe as consequências. A exportação das conservas de peixe ocupa um lugar primacial na economia portuguesa e ocupa-o com justiça e razão dado que as mesmas constituem um produto de qualidade que honra a sua indústria. Certamente será defendida com encarniçamento e zelo tanto mais que só dificilmente os portugueses encontrarão para ela substituição adequada. O mercado português interessa profundamente á Alemanha, tanto mais que esse país, em pleno ressurgimento e cada vez mais próspero na metrópole e nas suas imensas colónias, constitui aquilo que poderíamos chamar «mercado em pleno desenvolvimento potencial».

As nossas autoridades não podem deixar de assim pensar e a melhor possibilidade dum êxito futuro das nossas relações com esse país está na compreensão justa e antecipada dos seus interesses. A menos atenção prestada a esta circunstância — prejudicando com efeitos imediatos os nossos amigos portugueses — reflectir-se-á fatalmente no prejuizo dos nossos próprios interesses. Ao contrário, muitas e muitas compensações poderão resultar da atitude oposta: a nossa própria técnica industrial permitir-nos-á, sem sairmos

mesmo do ramo, encontrá-las e valiosas.

Sabemos que a notícia destes aumentos causou grande emoção e certo nervosismo nos meios portugueses directamente interessados e que se sucederam as representações ás suas entidades governamentais em tal sentido. Não pondo, de forma alguma, em dúvida o zelo, o carinho e a proficiência com que o Governo Português e a sua diplomacia saberão tratar do caso, permitam-nos os nossos bons amigos de Portugal que lhes afirmemos sinceramente a nossa convicção de que tal tarefa será uma realidade fácil pois estamos certos que, da parte dos nossos poderes, encontrarão a melhor predisposição tanto as realidades se impõem e coincidindo aliás com a nunca desmentida cordealidade mútua em que as relações entre os dois países se têm desenvolvido.

N. R. — *Depois deste artigo impresso fomos informados de que ia ser assinado o novo Acordo Comercial Luso-Alemão que fixa os direitos de 14 % advalorem para as nossas conservas de sardinha em vez dos 30 % anunciados para início em 1 de Outubro. Para a obtenção de tão auspiciosos resultados, muito concorreram a atitude enérgica do nosso Ministério da Economia, a acção inteligente dos nossos negociadores e a actuação persistente do I. P. C. P.*

Serrão de Faria & C.^a

Import — Export

Rua Nova do Almada, 36-7.º - Telefone 21092

Telegramas DEFARIA — LISBOA

★

Ses vieilles marques :

LES GLORIEUSES — LE SOURIRE —
BRISE MARINE — BELVEDER — FAN-
DANGO — TURANDOT — ELLINOR
— STADIUM — YVONNE

FABRICA DE CONSERVAS E SALAZONES

Pinhais e Cia. Limitada

AVENIDA MENERES, 700
MATOSINHOS
TELEG.: CONSERVAS
TELEPHONE: 42-M

CONSERVAS DE:

A T U M
SARDINHAS
CAVALAS
CHICHARRO
ANCHOVAS
PASTAS DE
P E I X E
MARISCO



"Pinhais"
a que todos disputam!



SARDINHAS EM MOLHOS,
PRENSADAS E EM SALMOURA

MARCAS REGISTRADAS
PINNIS • MASCATO
BIOS • SAILOR
SEMPER- IDEM
E D U S A • YU
CIBELIS • MBRINDEIRO



MATÉRIAS PRIMAS



Exportação de folha inglesa

A Inglaterra exportou 123.149 ton. de folha durante o primeiro semestre deste ano. Os principais países importadores desta folha, foram: Austrália, 30.794 ton.; Argentina, 14.402 ton.; Nova Zelândia, 7.949 ton.; Índia, 6.054 ton.; Irão 6.031 ton.; Paquistão, 5.945 ton.; Malaia, 5.695 ton.; União Sul Africana, 5.642 ton.; Holanda, 3.316 ton.; Dinamarca, 3.091 ton.; Uruguai, 2.628 ton.; África Inglesa, 2.263 ton. e Egípto, 2.236 ton.

A Inglaterra exportou ainda durante este mesmo período 6.605 ton. de latas vazias das quais as maiores quantidades foram importadas pelas Índias Ocidentais Britânicas (1.527 ton.); Malásia, (1.492 ton.) e República Irlandesa, (1.830 ton.).

O mercado mundial do estanho

A produção de minério de estanho que atingiu em 1941 a cifra «record» de 244.000 ton. desceu em 1946 para 38.600 ton. e subiu em 1950 para 165.000 ton. sendo neste ano os principais produtores os seguintes países: Malásia, 58.000 ton.; Indonésia, 32.000 ton.; Bolívia, 31.000 ton. e Congo Belga, 14.000 ton.

A produção de metal de estanho em 1950 foi de 172.000 ton., contra 168.000 ton. em 1949. Os E. U. A. possuem a maior refinaria de estanho do mundo, a Long Horn Smelting, com capacidade para tratar 130.000 ton. de minério e as refinarias da Malásia podem tratar cerca de 63.000 ton.

O consumo mundial de estanho que foi de 119.000 ton. em 1949 e subiu para 155.000 ton. em 1950. O «stock» disponível no princípio deste ano era de cerca de 15.000 ton. O consumo americano teria aumentado de 50.000 ton. em 1949 para

78.000 ton. em 1950. Os «stocks» governamentais e da U. S. Reconstruction Finance Corporation elevaram-se a 140.000 ton.

O preço do estanho metal que antes da guerra oscilava entre 200 e 300 libras esterlinas a ton. subiu para 600 libras quando teve início a guerra na Coreia. Daí em diante assistimos a uma subida fulminante deste preço: 830 libras em 15 de Agosto de 1950, 1.290 libras em 9 de Novembro, 1.510 libras em 25 de Fevereiro deste ano. Em princípios de Agosto último, porém, teve uma queda vertical no mercado de Londres, baixando para 807 libras.

Depois de uma nova recuperação, era cotado, em Londres, em 31 de Agosto, a 900 libras a ton., que é ainda superior em 300 libras ao preço existente antes do conflito da Coreia.

O estanho não figura entre os metais não ferrosos submetidos a fiscalização dos preços, o que explica, em parte, o elevado preço actual.

Aumento do preço da folha inglesa

O preço base da folha na Inglaterra subiu, a partir de 13 de Agosto passado, para 49 s. 6½ d. caixa base, o que representa um aumento de 6 s. 11 d. por cada caixa.

A produção de azeite no Mediterrâneo

A produção de azeite durante a campanha de 1950-51, nas principais zonas produtoras de azeitona no Mediterrâneo, é calculada em 590.300 ton. Este número representa aproximadamente a metade da produção da campanha do ano anterior que atingiu 1.183.600 ton. e dois

terços da quantidade média produzida durante o período de cinco anos terminado em 1945. Normalmente, mais de 70 % da produção total de azeite no Mediterrâneo tem a sua origem em Espanha, Itália e Grécia.

A grande diminuição comparada com a safra anterior tem a sua justificação no facto de se tratar de um ano de contra-safra. Como consequência desta diminuição, as exportações de azeite destes países serão consideravelmente reduzidas.

Latas sem estanho

A American Can Company, de New York, continuando o seu programa de investigações iniciado em 1946 sob o nome de «Operation Survival (operação de sobrevivência)» com o objectivo de libertar os E. U. A. da dependência do estrangeiro quanto ao fornecimento da matéria prima necessária para a fabricação da lata — o estanho que importa da Malásia e da Bolívia — revelou à indústria o seu novo processo para a produção de uma lata virtualmente sem estanho.

Os técnicos da American Can, na sua fábrica Proviso, em Marywood, Ill., fizeram perante os representantes de 90 firmas fabricantes de latas uma demonstração do processo que a Companhia desenvolveu para fabricar recipientes de metal esmaltado.

O único estanho empregado, foram três por cento numa fina barra de solda para fechar as costuras da lata.

Pela nova técnica empregada pela Canco, uma camada orgânica de fabrico nacional substitui o estanho na protecção do metal e do produto contido na lata, conseguindo-se assim uma economia de mais de 92 % do estanho normalmente usado nas latas.

A indústria americana precisou em 1941 de 41.000 ton. de estanho para fabricar 25 biliões de latas, enquanto que em 1950 só consumiu 31.000 ton. na confecção de 33 biliões de latas.

ALBERTO SOARES RIBEIRO, L^{DA}

CASA FUNDADA EM 1911

100, Rua Auca, Lisboa, Portugal.

FABRICANTES
EXPORTADORES

DE TODAS AS ESPÉCIES DE

CONSERVAS DE PEIXE

NAS MARCAS REGISTRADAS

Gizela — Gold Leaf — Gold Coin — Alsori
The Argonauts — My One — Baisers du Portugal

DISTINTIVO DE QUALIDADE



FÁBRICAS EM SETÚBAL E OLHÃO

PESCA DA SARDINHA

AGOSTO DE 1951

Lotas	Destino	PESO			VALORES		
		Percent. %	Quilos	Total	Percent. %	Escudos	Total
Matosinhos	mólhos	21,06	714.720	3.393.752	21,95	2.560.534\$00	11.664.656\$00
	salmoura	2,61	88.740		1,10	128.422\$00	
	consumo	76,33	2.590.292		76,95	8.975.700\$00	
Peniche	mólhos	1,42	12.870	905.610	1,28	43.260\$00	3.387.439\$00
	consumo	89,58	892.740		89,72	3.344.179\$00	
Lisboa	consumo	—	398.336	398.336	—	2.051.360\$00	2.051.680\$00
Setúbal	mólhos	33,32	125.440	376.458	37,11	556.841\$00	1.500.680\$00
	consumo	66,68	251.018		62,89	943.839\$00	
Lagos	mólhos	52,43	117.475	224.080	61,40	391.610\$00	637.755\$00
	consumo	47,57	106.605		38,60	246.145\$00	
Portimão	mólhos	43,20	520.135	1.203.915	61,51	1.905.050\$00	3.097.280\$00
	salmoura	0,73	8.820		0,71	21.890\$00	
	consumo	56,07	674.900		37,78	1.170.340\$00	
Olhão	mólhos	48,38	226.200	467.550	57,63	661.530\$00	1.147.826\$00
	salmoura	0,53	2.500		0,18	2.030\$00	
	consumo	51,09	238.840		42,19	484.266\$00	
V. R. Santo António	mólhos	36,94	15.600	42.235	51,35	43.110\$00	83.948\$00
	consumo	63,06	26.635		48,65	40.838\$00	
				7.011.936			23.570.944\$00

Para conservas em molhos 1.732.440 quilos (24,71%) Ess. 6.161.935\$00 — Em salmoura 100.060 quilos (1,43%) Esc. 152.342\$00

Média do preço por quilo em cada centro para conservas em mólhos

Matosinhos 3\$58, Peniche 3\$36, Setúbal 4\$43, Lagos 3\$33, Portimão 3\$66, Olhão 2\$92, V. R. St.º António 2\$76

Fábrica: - SETÚBAL
Telefones: - 164 e 327
Telegramas: - SELISMA

LISBOA
R. JARDIM DO REGEDOR, 37-3.º
Telefones: { 3 1824
 { 3 3037
Telegramas: - SELISMA
Caixa Postal 712 (Central)

Fábrica: - MATOSINHOS
Telefone: - 623
Telegramas: - SELISMA

Conservas Unitas, Limitada

FABRICANTES-EXPORTADORES

CÓDIGOS:

A. B. C. 5th. & 6th. Ed.
BENTLEY'S
MASCOITE 2.ª Ed.
NATIONAL FRANÇAIS
RUDOLF MOSSE E SUPL.
PRIVÉS

Sede: — LISBOA

Marcas Registradas:

CHAMEAU	MADALENA
BERRY	NICOLA
IRIS	MONICA
SILLEDO	UNITAS
SAMBA	

ESTAMOS INTERESSADOS NA REPRESENTAÇÃO DE FABRICANTES DE PRIMEIRA CLASSE DE CONSERVAS DE SARDINHAS, FILETES DE ANCHOVAS, ATUM E OUTRAS ESPÉCIES.

★ *A nossa organização cobre todo o mercado dos Estados Unidos* ★

Robert ★
L. STIX INC.

A NOSSA SECÇÃO DE EXPORTAÇÃO OFERECE
MATÉRIAS PRIMAS NECESSÁRIAS PARA A
FABRICAÇÃO DE CONSERVAS, TAIS COMO:
FOLHA DE FLANDRES, ÓLEOS VEGETAIS
E MAQUINARIA, ETC.



AGENTES DE IMPORTAÇÃO

★ **260 WEST BROADWAY** ★
NEW YORK, 13, N. Y. — End. Teleg.: «FISHSTIX», New York

José Correia Pontes, L.^{da}

fabricantes de conservas de peixe
em azeite e em salmoira

•

Tele { gramas: Cerinhas — Olhão
lone: 17

Códigos { A. B. C. 5.^a Ed
Bentley's
Privés

Olhão - Portugal

Marcas: Prado, Faina, Farnel e Merenda

Conservas Prado, L.^{da}

FÁBRICA DE CONSERVAS DE PEIXE

Rua de Brito Capelo, 1165

Telefone, 327-M Telegramas: "PRADO" Apartado 27

M A T O S I N H O S

COZEDOR ESPECIAL PARA SARDINHAS
DUBIX

Cozimento a sêco
da sardinha em gre-
lhas ou em latas

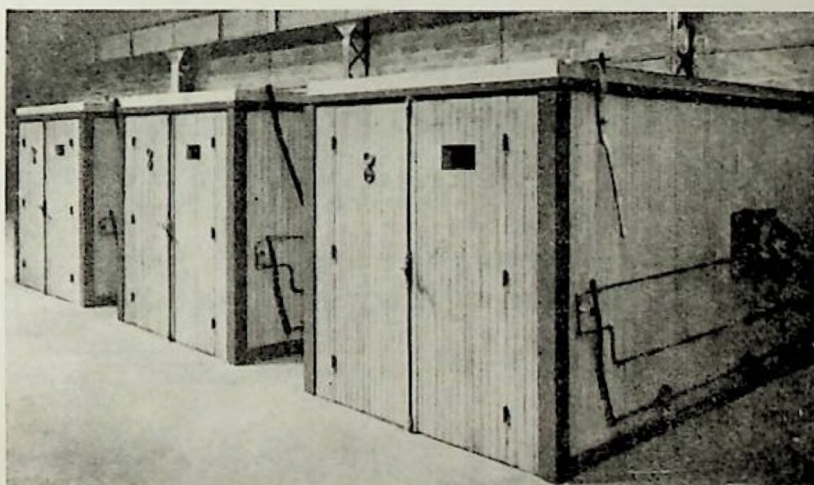
Grande rendimento

Funcionamento
simples

Fresco consumo
de vapor

Força molriz se-
gundo o tamanho

Comando directo



Nova patente para
o cozimento da sar-
dinha a sêco com
atomização
de azeite

Dois tipos:
de Carro e Contínuo

Fornecem-se a pe-
dido todas as infor-
mações técnicas

Sistema F. BALÉS, «Le Tourbillon» fundado em 1913

Établissements **F. DUMOULIN**, constructor

41, Av. de Bonneuil, LA VARENNE (Seine)—Telefone: GRA 11-46

PATENTE FRANCESA N.º PU 592-544 — IMPÉRIO CHERIFIANO N.º 5606 — PORTUGAL: N.º 28404

ÓLEO DE MENDOBI

DA MARCA



Teleg. OFFROSA

Telefone P. P. C.
5 linhas-3 9571

MARVILA
LISBOA

Especial para CONSERVAS

Fabricantes: **Sociedade Nacional de Sabões, Lda.**

STEINHARDTER & NORDLINGER

Os Agentes mais antigos nos E. U. A. para as
CONSERVAS DE PEIXE PORTUGUESAS

ESTABELECIDOS EM 1908

Escritórios principais em:

105, Hudson Street
New York City, N. Y.

112 Market Street
San Francisco, California

ENDEREÇO TELEGRÁFICO - «PORTNORCOM»

THE NORPORT COMPANY, INC.

99 HUDSON-STREET

NEW-YORK. 13 N. Y.

IMPORTADORES

DISTRIBUIDORES

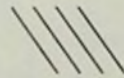


IMPORTADORES DE CONSERVAS DE PEIXE DE PORTUGAL E COLÓNIAS

Schroeder Bros Inc.

AGENTES DE FABRICANTES—DISTRIBUIDORES

Sardinhas — Atum — Filetes de Anchovas



Azeite de Oliveira — Frutos Secos — Especialidades

AGENTES EXCLUSIVOS NOS ESTADOS UNIDOS
DAS PRINCIPAIS CASAS EUROPEIAS DESDE 1913

10 Beach Street

End. teleg.: «Fradesa»

NEW-YORK, N. Y.



J. B. Cardoso, L^{da}

Calçada de Santo Amaro, 3 — LISBOA

OS MAIS ANTIGOS FABRICANTES EM PORTUGAL

DE

CHAVES — GRELHAS — PREGOS

AGENTES DEPOSITÁRIOS

MATOSINHOS

Afonso Barbosa & C.^{ta}, L.^{da}

R. de Brito Capelo, 1023

SETÚBAL

Setúbal Factories Agency, L.^{da}

Av. Luiza Todi, 277

ALGARVE

Feliciano Anjos Pereira

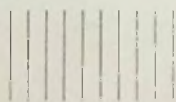
OLHÃO

GRANADAISA FOODS, INC.

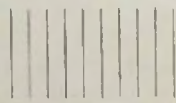
Sucessores de M. J. & H. J. Meyer Co., Inc.

Estabelecidos em 1890

New-York, N. Y. U. S. A.

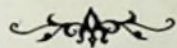


Unicos importadores da marca
GRANADAISA
em Conservas Portuguesas
de Sardinhas, Anchovas e Atum
em Azeite Puro de Oliveira



A MARCA PREFERIDA PELOS EPICURISTAS HÁ MAIS DE UMA GERAÇÃO

EMPRESA EXPORTADORA
LUSITANIA, L.^{DA}

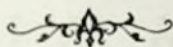


CONSERVAS DE PEIXE

Sardinhas, Atum, Filetes
de Cavalas, Anchovas

MARCA:

ODEON-TIVOLI
PACIFIC-SEABELLE



Telegrafo
LUSITANIA

Correspondência
APARTADO, 100

Telefone
272

S E T Ú B A L



Lopes da Cruz & C.^a, L.^{da}

Rua Brito e Cunha, N.º 513 a 541

MATOSINHOS — PORTUGAL



O LEÃO IMPÕE-SE PELA FORÇA...
COMO AS CONSERVAS
LOPES DA CRUZ & C.^a L.^{da}
PELA QUALIDADE

Com fábricas em:

Matosinhos

Vila do Conde



ATA



SEVEN BRAND
SÃO CONSERVAS
DE CONFIANÇA

FABRICADAS POR

Manuel Pereira Junior

RUA BERNARDINO COSTA, 41 • LISBOA • PORTUGAL



LA ROSE

CONSERVAS DE PEIXE

SARDINHAS — ATUM — FILETES DE
CAVALA — FILETES DE ANCHOVAS

FEU HERMANOS

RESP. LIM.

PORTIMÃO — ALGARVE

Companhia União Fabril

Lisboa - Rua do Comércio, 49

Porto - Rua Sá da Bandeira, 82

ÓLEO
DE
MENDOBI



AZEITE
EXTRA E
REFINADO

PREFERIDOS PELOS BONS FABRICANTES DE CONSERVAS

FÁBRICA NO BARREIRO

DEPÓSITOS NOS CENTROS CONSERVEIROS DE :

LAGOS - PORTIMÃO - OLHÃO - SETÚBAL - LISBOA - MATOSINHOS



ORGANIZAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA E COMÉRCIO DAS CONSERVAS DE PEIXE

Criada pelos decretos-leis N.º 26.775 26.776 e 26.777 de 10 de Julho de 1936

ORGANISMO DE COORDENAÇÃO ECONÓMICA

INSTITUTO PORTUGUÊS DE CONSERVAS DE PEIXE

(I. P. C. P.)

Director: C.º Daniel Duarte Silva

Director adjunto: Dr. António Ladislau Durão Ferreira

Director adjunto: Eng.º António Pinheiro de Magalhães Júnior

Delegado do Governo junto dos Grémios: Dr. Pedro Chaves Ferreira

ORGANISMOS CORPORATIVOS

GRÉMIOS DOS INDUSTRIAIS

DO NORTE

Eurico Felgueiras
Pedro de Carvalho Marôcho
João Viariz Chaves de Abreu

Sub-delegado do Governo no Norte:
Cap. Rogério Correia Ferreira

De Sotavento do Algarve

José Amândio Guerreiro Correia
João de Brito Folque
Silvério Gonçalves Soias

Sub-delegado do Governo no Sul:
Dr. Fernando de Mendonça

DO CENTRO

Alfredo Augusto de Almeida
Manuel Pereira da Cruz
Filipe Nazareth Fernandes

DE SETÚBAL

Mário Ascensão Ledo
José Viegas Júnior
José Narciso Ferreira de Freitas

De Barlavento do Algarve

José Mendes Furtado
António da Silva Freitas
Manuel Gaspar Patrocínio

GRÉMIO DOS EXPORTADORES

Feliciano dos Anjos Pereira
Joaquim Vinhas Cobrita
João Veiga Henriques



*As sardinhas por-
tuguesas de conserva
são deliciosas e cons-
tituem um poderoso
alimento.*

